

وسائل الاتصال الالكترونية

الدكتورة ندى الساعي



ISSN: 2617-989X



Books & Refrences

وسائل الاتصال الالكترونية

الدكتورة ندى الساعي

من منشورات الجامعة الافتراضية السورية

الجمهورية العربية السورية ٢٠٢٠

Electronic Means of Communication

Nada Alsaii

Publications of the Syrian Virtual University (SVU)

Syrian Arab Republic, 2020

الفهرس

الوحدة التعليمية الأولى

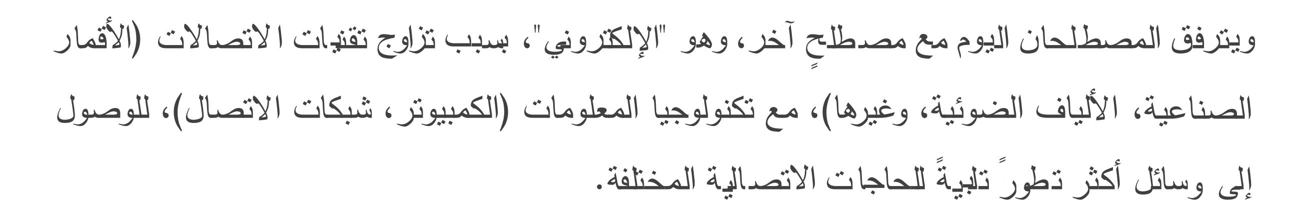
وسائل الاتصال الإلكترونية– النشأة والتطور

أولاً: مقدمة عن مفهوم نشأة وتطور وسائل الاتصال الإلكترونية

أدت جملةٌ التطورات التقنية واستخدامها في وسائل الاتصال الإلكترونية، بدءً من الانتقال إلى النظام لرقمي، ومروراً بالاستفادة من تطور الأقمار الصناعية، ومن شبكات الاتصال، ومن تصغير الأجهزة والبرامج، وتطور محركات البحث ولغات البرمجة والتصميم، إلى ما يشهده العالم اليوم من ثورة في الاتصال والتواصل لا مثيل لها، وفي هذه الوحدة سوف يتم التعريف بماهية هذه الوسائل، وتاريخ نشأتها وتطورها، والتطورات التقنية التي أوصلت المجتمع إلى استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية، كما سيتم التعريف بالشكل الجديد لعناصر هذا النمط من الاتصال.

لإعلام والاتصال عموماً، هما مصطلحان مشتقان من فعلي (أعلم)، و(اتصل)، أي زوّد بالمعلومات، واتصل بالآخرين بشكل مباشر، أو غير مباشر، باستخدام وسائل اتصالية لتزويد الجمهور بالمعلومات، بعد جمعها ومعالجتها، ونقلها عبر


وسيلة تقنية إعلامية و تصالية، بصورٍ وأشكالٍ مختلفة، مرئية ومسموعة ومكتوبة.


ويترفق المصطلحان اليوم مع مصطلحٍ آخر، وهو "الإلكتروني"، بسبب تزاوج تقنيات الاتصالات (الأقمار الصناعية، الألياف الضوئية، وغيرها)، مع تكنولوجيا المعلومات (الكمبيوتر، شبكات الاتصال)، للوصول إلى وسائل أكثر تطوراً تلبيةً للحاجات الاتصالية المختلفة.

كما يترفق هذان لمصطلحان مع مصطلحٍ آخر، وهو "الرقمي"، وهو بذلك يحدد بأن المعلومات والأخبار، يتم جمعها ومعالجتها وتخزينها، وبثها، بشكلٍ رقمي (01)، وهذا ينطبق على كافة أشكال المعلومات، (الصوت، والصورة، والكلمة المكتوبة، والرسوم)، وغيرها من أشكال ورموز المعلومات.

وهذا ما أدى أيضاً إلى ظهور وسائل إلكترونية رقمية متعددة تنافس وسائل لإعلام لتقليدية لجماهيرية، وتقدم الخدمات المعلوماتية والإخبارية المختلفة، ومن أمثلتها: الإنترنت، والمواقع الإخبارية،



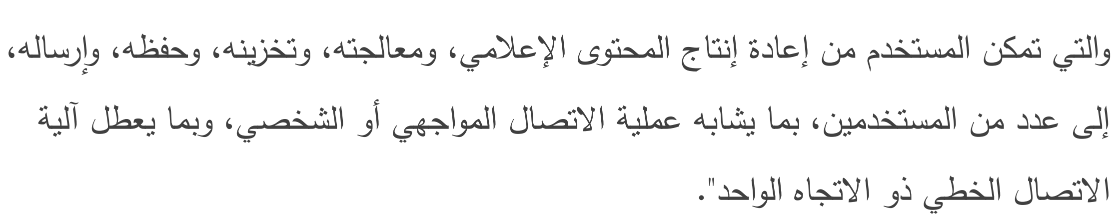
والصحافة الإلكترونية، والمدونات، والهواتف المحمولة، والهواتف الذكية، وغيرها من الوسائل.

لذلك يعمد الباحثون الآن على دمج، وأحياناً استبدال مصطلح "الإعلام"، بمصطلح "الاتصال"، ووسائل الإعلام، بوسائل الاتصال، كون عملية الإعلام الآن لم تعد مجرد نقل وتزويد للمعلومات، وليست أحادية الجانب، وتسير بشكلٍ خطي، بل إنها عملية تواصل وتفاعل، يتم فيها أيضاً التعليق على المعلومات، وتعديلها، أو الإضافة عليها، وإعادة إرسالها، وبذلك يتبادل المرسل والمتلقي الأدوار، وتصبح العملية أشبه بعملية الاتصال المواجهي أو الشخصي، Face to Face :(FTF).

ثانياً: مفهوم وسائل الاتصال الإلكترونية

- **تعريف وسائل الاتصال الإلكترونية**

1. وسائل الاتصال الإلكترونية هي: "وسائل الاتصال والإعلام الإلكتروني، التي تتعامل بالنظم الرقمية، وتتيح لمستخدميها عبر برامجها وتطبيقاتها المختلفة جملة من الأدوات التي تجعلها وسائل تفاعلية، وتحقق أهداف عملية الاتصال للمستخدم والقائم بالاتصال على حد سواء".



2. وسائل الاتصال الإلكترونية هي: مجموعة الوسائل الاتصالية والإعلامية الإلكترونية التي نشأت نتيجة تزواج تكنولوجيا الاتصال، وتقنيات المعلومات المختلفة، وتكنولوجيا الوسائط المتعددة.
3. وسائل الاتصال الإلكترونية هي: "جملة الوسائل الاتصالية والإعلامية التفاعلية، والتي تمكن المستخدم من إعادة إنتاج المحتوى الإعلامي، ومعالجته، وتخزينه، وحفظه، وإرساله، إلى عدد من المستخدمين، بما يشابه عملية الاتصال المواجهي أو الشخصي، وبما يعطل آلية الاتصال الخطي ذو الاتجاه الواحد".

4. وسائل الاتصال الإلكترونية هي: "مجموعة وسائل: الإنترنت، المواقع الإخبارية، صحافة الشبكات، المدونات، وسائل التواصل الاجتماعي، صفحات النشر الإلكترونية، صفحات الموسوعات الإلكترونية، الهاتف المحمول، وغيرها من الوسائل التفاعلية التي تتعامل بالنظم الرقمية".

• تعريف العملية الاتصالية والإعلامية

العملية الاتصالية والإعلامية التي يمكن ممارستها عبر وسائل الاتصال الإلكترونية كثرت تعريفاتها، وتناولها العديد من الباحثين، فمنهم من ركّز على خصائصها الرقمية، والتفاعلية، ومنهم من ركّز على ارتباط هذه العملية الفعالة والنشيطة بجملةٍ من المهارات والثقافة الكمبيوترية.

1. العملية الاتصالية والإعلامية كما عرّفها بعض الباحثون هي: "الخدمات والنماذج الإعلامية الجديدة التي تتيح إنشاء وتطوير محتوى وسائل الاتصال الإعلامي، باستخدام التقنيات الإلكترونية الناتجة عن اندماج تكنولوجيا الاتصالات والمعلومات".
2. العملية الاتصالية والإعلامية كما عرّفها باحثون آخرون هي: "المهارة الأساسية التي يجب أن يكتسبها الفرد في إطار المفاهيم، والإنتاج، والإرسال والاستقبال، عند استخدامه لوسائل الاتصال في وظائفه، وفي حياته، حيث أن الاتصال الرقمي هو القدرة على خلق الاتصال الفعال، من مختلف وسائل الاتصال والإعلام الرقمية".
3. العملية الاتصالية والإعلامية كما ذكر بعضهم هي: "استخدام النظم الرقمية ومستحدثاتها باعتبارها الوسائل الأساسية للاتصال بين أطرافه، حيث يتم تبادل المعلومات وترميزها ومعالجتها بواسطة هذه النظم."
4. العملية الاتصالية والإعلامية كما عرّفها محمد عبد الحميد هي: العملية الاجتماعية التي يتم فيها الاتصال عن بعد بين أطراف يتبادلون الأدوار في بث الرسائل الاتصالية المختلفة واستقبالها، من خلال النظم الرقمية ووسائلها، لتحقيق أهدافٍ معينة.

- **محددات الاتصال الرقمي الإلكتروني:**

وتضم التعريفات السابقة مجموعةً من المحددات، يمكن ذكرها فيما يلي:

1- الاتصال الرقمي الإلكتروني عملية اجتماعية: يقوم بها فردين، أو مجموعة من الأفراد، وتقوم بمجموعةٍ من الأدوار الاجتماعية، كالمساهمة في عملية التعليم، ونشر الوعي الصحي، والاجتماعي، والاقتصادي، وتعزيز الوعي في مجالات التنمية البشرية عموماً، والمساهمة في تعزيز الاتجاه الأخلاقي والأدبي للمستخدمين، وكذلك في التشجيع على المشاركة السياسية، وتعزيز العملية الديمقراطية عموماً لما تتمتع به هذه الوسائل من حرية في التعبير بعيداً عن رقابة الحكومات، والأنظمة.

2- الاتصال الرقمي الإلكتروني عملية تتم عن بعد: فمهما حاولت وسائل وتقنيات الاتصال الرقمي أن توفر متطلبات الاتصال المواجهي أو التفاعلي، من توفيرٍ لكل البرامج والتطبيقات، والأدوات؛ إلا أنه اتصال لا يستلزم وجود طرفي عملية الاتصال في مكان واحد، بل إن المسافات بينهم قد تتسع لتصل لآلاف الأميال.

3- الاتصال الرقمي الإلكتروني يتطلب وجود النظم الرقمية: وهو أمرٌ ضروري لإتمام عملية الاتصال هذه، فكل الوسائل المستخدمة في هذه يجب أن تتعامل بهذه التقنية، فهي التي أضفت على هذا النمط من الاتصال طابعه.

4- عناصر عملية الاتصال الرقمي الإلكتروني: في هذه العملية لا تختلف العناصر عن عناصر العملية الاتصالية التقليدية (رسالة، مرسل، قناة إرسال، مستقبل)، وتزيد عليها وجود عنصري الترميز (Coding)، وفك الترميز(Decoding)، والتي يقوم بها الـ (Modem) في جهاز الكمبيوتر.

5- لا يعاني الاتصال الرقمي الإلكتروني من التشويش: فالانتقال من إرسال الرموز والإشارات (المعلومات) بشكل إشاراتٍ كهربائية تناظرية (Analog)، إلى الشكل الرقمي (Digital)، حقق مستويات عالية من جودة الصوت والصورة والكلمة المكتوبة، لم يستطع التقليدي الوصول إليها.

6- عملية استخدام الاتصال الرقمي الإلكتروني تتطلب مهارات معينة: الاتصال الرقمي أو الإلكتروني عملية (استخدام)، وليست عملية (تعرض) فقط، هو استخدام فعال للوسائل الرقمية، وليست تعرضٌ سلبي كما يحدث مع وسائل الاتصال التقليدية، لذلك فإن استخدامها يتطلب

امتلاك ثقافة ومهارة استخدام الكمبيوتر أولاً، ومهارة التصفح والتجول بين الصفحات والمواقع ثانياً وربما أحياناً معرفة بعض اللغات الأجنبية.

7- الاتصال الرقمي الإلكتروني عملية هادفة: لكلٍ من أطراف العملية الاتصالية، المرسل والمستقبل، هدف وحاجة يسعى لتحقيقها جراء هذه العملية، وتختلف هذه الحاجات وهذه الأهداف تبعاً لعوامل مختلفة، تتعلق بسياق وظروف العملية، وقد تتفق أو تختلف مع أهداف وحاجات التواصل الإنساني عموماً.

ثالثاً: نشأة وسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية

بالنسبة لنشأة وسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية فقد أسهمت مجموعة من التطورات التقنية، أوصلت إلى ما يسمى وسائل الإعلام والاتصال الإلكترونية يذكر منها:

1- **الانتقال والتحول إلى النظم الرقمية:** ظلت الإشارات والرموز والمعلومات (النص، والصوت، والصورة، وغيرها)، ترسل بشكلٍ كهربائي تناظري Analog، لفترةٍ طويلة من الزمن، وكانت هذه الإشارات تعاني من عدم الوصول، والوضوح والتشويش أثناء عملية بثها وإرسالها، لكن مع تحول هذه الإشارات والرموز إلى الصيغة الرقمية Digital، (01)، أمكن جمعها، ومعالجتها، وبثها بجودة صوت وصورة عالية وسرعةٍ فائقة، وأمكن، وهذا هو الأهم، جمع وتوظيف هذه الإشارات في حزمة واحدة تدعى الوسائل المتعددة، وذلك من خلال توحيد الشكل التقني لها، ويعبر عن كل إشارة وهي في حالة العمل بـ (1)، وعن كل إشارة وهي في حالة السكون بـ (0)، وكلا الإشارتين يشكلان وحدة تدعى الـ (bit)، وكل ثمانية (bit) تدعى (bite)، وهي مقياس لعدد الوحدات التي يتم ترميزها ومعالجتها وتخزينها وإرسالها، وبذلك أمكن بناء الرسالة الاتصالية وإرسالها بنسق واحدٍ من الرموز الرقمية لا يحتاج معه إلى استخدام أدواتٍ أو أجهزةٍ، ذات خصائص وصفات متباينة.



2-تكنولوجيا التصغير وضغط البيانات: أصبح تصغير الأجهزة والعتاد Hardware، وخاصةً وحدات المعالجة والتخزين، السمة المميزة للأجهزة الاتصالية، مما ساعد على سهولة اقتنائها ونقلها وحملها واستخدامها في أي مكان، كما أدت زيادة السعة التخزينية لهذه الأجهزة أيضاً، مع إمكانية ضغط البيانات والمعلومات، دون التأثير على معالمها وجودتها، إلى زيادة كمية المعلومات المعالجة، والمخزنة، والمرسلة إلى الأجهزة الأخرى، خاصة تلك المعلومات والرموز التي تحتاج إلى مساحاتٍ تخزينية كبيرة كالصور، ومقاطع الفيديو.



3-تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية: القمر الصناعي في أبسط مفاهيمه، هو مجموعة من أجهزة الإرسال والاستقبال، وكان الهدف العسكري هو الهدف الأساسي لإطلاق الأقمار الصناعية، وأول قمر صناعي ظهر إلى الفضاء هو القمر السوفيتي Sputnik، وذلك عام 1957، ثم تتالى ظهور الأقمار الصناعية من كافة دول العالم، وتنوعت أهداف إطلاقها، فكان الاتصال أهم هذه الأهداف، وقدمت هذه الأقمار مجموعة من الخدمات الاتصالية والمعلوماتية يمكن حصرها في:



- خدمات صوتية: وتشمل خدمات الاتصال عبر التلفون، والإذاعة، والمؤتمرات الصوتية.
- خدمات مصورة: وتشمل نقل خدمة الفاكس، وصور الفيديو، وخدمات النصوص التلفزيونية.
- خدمة البيانات: وتشمل البريد الإلكتروني، والاتصال بقواعد البيانات ونقل الرسائل القصيرة.

وقد استخدمت الأقمار الصناعية في وسائل الاتصال التقليدية، فساعدت على:

- نقل النصوص والأصوات والصور، بشكلٍ سريعٍ وواضح.

- واستطاعت هذه الوسائل أن تصل بخدماتها إلى أماكن جغرافية بعيدة، كطباعة بعض الصحف في دول وعواصم بعيدة عن بلد المنشأ، أو بث المحطات والقنوات التلفزيونية، والمحطات الإذاعية عبرها، ووصولها إلى أماكن لم تستطع سابقاً أن تصل إليها بإشاراتها التقليدية.
- كما أمكن نقل الأحداث بشكلٍ مباشرٍ وفوري.
- واستضافة المتخصصين والضيوف من أماكن بعيدة.
- كل ذلك انعكس تطوراً كبيراً في نوع وشكل الخدمة الإعلامية التي تقدمها هذه الوسائل، وفتح المجال أمام استخدامها في وسائل الاتصال الإلكترونية، إذ ساعدت هذه الأقمار على إرسال واستقبال المعلومات بأشكالها المختلفة وبسرعةٍ وجودةٍ عالية.

4-تطور تكنولوجيا الوسائل المتعددة Multimedia: وجاء هذا التطور نتيجة توحيد النسق الرقمي لكل أشكال الرموز والمعلومات، فأصبح بالإمكان جمع هذه الأشكال بسهولة ويسر، وأصبحت هذه الوسائل هي الشكل السائد في تقديم المحتوى الاتصالي في كافة وسائل الاتصال الإلكتروني، كما جاء تطوير نظام النص الفائق Hypertext، وهو العنصر الأساسي من عناصر الوسائل المتعددة، ليقدم خدماتٍ معلوماتية واتصالية مختلفة من خلال الروابط التي يقدمها، وينقل من خلالها المتلقي إلى معلوماتٍ إضافية أخرى، كما ظهرت الـ Hypermedia، والتي تسمح للمستخدم بالتجول بين روابط عناصر الوسائل المتعددة، لتوفير معلوماتٍ أكثر عمقاً وحجماً.



5-تطور تكنولوجيا شبكات الاتصال: الشبكات هي عملية ربط بين جهازي كمبيوتر أو أكثر في مساحة مكانية ضيقة أو في مساحات واسعة، وهذا الربط يجري ضمن قواعد وأسس تقنية معينة، ويجري فيه تبادل البرامج والبيانات والمعطيات، كما تتشارك أجهزة الكمبيوتر بمجموعة من أدوات الإخراج كالطابعات والراسمات وغيرها من الأجهزة، ويتحقق بذلك سعة الاتصال وسرعته بين أطراف عملية الاتصال، وفكرة التشبيك هي التطور الأخير في سلسلة التطورات

التي أدت إلى ظهور وسائل الاتصال والإعلام الإلكترونية، ومن هذه الشبكات، الإنترنت، فقد أصبحت هي الوسيلة الإلكترونية الجماهيرية الأولى في سلسلة وسائل الاتصال الإلكتروني.

ومن أمثلة الشبكات التي ظهرت:

- الشبكات المحلية Local Area Networks: LAN، وهي الشبكات التي تختص بمساحات مكانية ضيقة، كالشبكات القائمة في مؤسسة أو منظمة ما، وفي الغالب لا ترتبط هذه الشبكة مع شبكة الإنترنت.
- الشبكات الواسعة Wide Area Networks: WAN، وهي الشبكات التي تمتد على مساحات واسعة، وترتبط بالغالب بشبكة الإنترنت، ومن أمثلتها: شبكة الإنترانت Intranet، وهي شبكة واسعة خاصة تختص بمؤسسة أو منظمة واسعة الانتشار، وشبكة الإكسترانت Extranet، وهي شبكة واسعة أيضاً لكنها تهتم بالاتصال مع عملاء المؤسسة أو المنظمة في الخارج، وتعمل الشبكات الواسعة باستخدام بروتوكولات الإنترنت TCP/IP: Transfer Control Protocol/Internet Protocol.
- شبكة الإنترنت: وهي شبكة الشبكات، أي أنها تربط بين ملايين أجهزة الكمبيوتر في العالم باستخدام بروتوكولات الإنترنت، وذلك لتبادل المعلومات والبيانات، ولتحقيق التواصل والاتصال المختلف الأهداف.

6- تطور بروتوكولات الضبط ولغات البرمجة وتصميم البرامج: وهي التطورات التي أتاحت تشغيل شبكات الاتصال على اختلاف أنواعها، كما مكنت من إنشاء العديد من المواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت، والتي اعتبرت فيما بعد وسائل اتصال إلكترونية قائمة بذاتها.



وهناك العديد من بروتوكولات الضبط التي استخدمت في شبكة الإنترنت منها بروتوكول NCP Network Control Protocol، وهو البروتوكول السابق على استخدام الـ TCP/IP، وقد تم استبداله عام 1982،

وهناك برتوكول الـ FTP: File Transfer Protocol، وهو البرتوكول المسؤول عن نقل الملفات النصية وتبادلها.

كما تطورت لغات البرمجة وأدى هذا إلى تطوير لغات ونظم تصميم البرامج والصفحات والمواقع لتصبح أكثر سرعة وسهولة في الاستخدام وتبادل البيانات، كما تم تطوير برامج العديد من التطبيقات المستخدمة على شبكة الإنترنت كالمحادثة، والبريد الإلكتروني، وإجراء المؤتمرات وغيرها، ومن أمثلة لغات البرمجة، لغةHTML: Hypertext Markup Language، والتي طورها Tim Bernar Lee، ولغة JAVA، ولغة Visual C، وغيرها من اللغات والتطبيقات التي تغلبت على صعوبات لغات البرمجة القديمة، مثل لغات Basic، و Pascal.

7- **تطوير أدوات البحث في قواعد البيانات:** وهذا التطور ترافق مع زيادة السعة المعلوماتية لشبكة الإنترنت وقواعد البيانات الأخرى، فقامت الشركات بتطوير طرق تصنيف وعرض المعلومات، كاستخدام نظام النص الفائق Hypertext.



كما تم تطوير العديد من محركات البحث التي تساعد على جمع وتصنيف المعلومات المختلفة الموجودة على الإنترنت، كما تساعد على تقديمها للمستخدم بأساليب بسيطة وسهلة من خلال البحث عن المعلومات المطلوبة في مختلف المجالات بدءاً بأخبار الطقس والمناخ، وانتهاءاً بطريقة صنع القنبلة النووية،

ومن أمثلة محركات البحث: Google، و +Google، و Yahoo، وغيرها من محركات البحث التي تظهر تباعاً، ومن أمثلة برامج التصفح: برنامج الـ Internet Explorer، والـ Mozilla، والعديد من برامج التصفح التي تساعد على التجول والاختيار بين كمٍ كبيرٍ من المواقع والمعلومات.

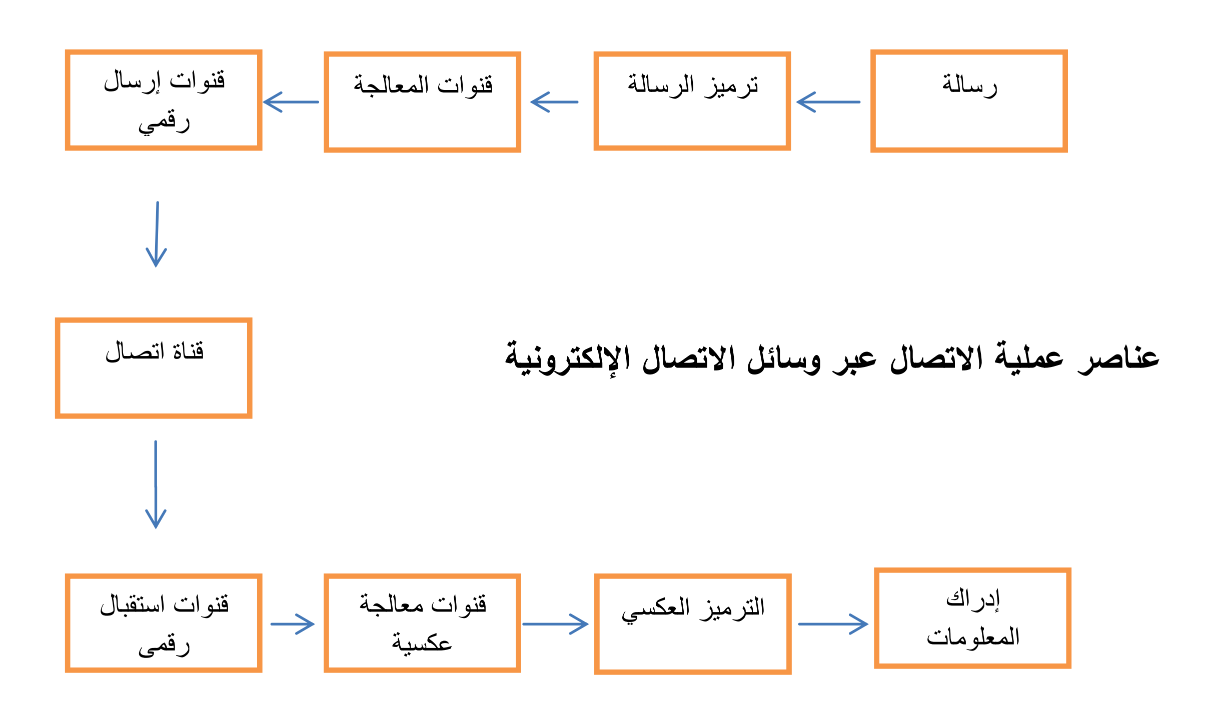
رابعاً: عناصر عملية الاتصال الإلكتروني

لا تختلف عناصر عملية الاتصال الإلكتروني كثيراً عن عناصر عملية الاتصال التقليدية، والتي تتكون من (رسالة، مرسل، قناة بث أو إرسال، ومستقبل)، وقد يعترض وصول هذه الرسالة بعض التشويش، وقد يحصل عملية تغذية راجعة أو رجع صدى من قبل المتلقي.

وعناصر العملية بهذا الشكل تسير باتجاهٍ واحدٍ، ومن النادر أن تحصل عملية رجع الصدى أو تغذية راجعة للمحتوى المقدم، فالأدوات والوسائل التي تساعد على حصول هذه العملية لم تكن تتوفر بالقدر والشكل الذي تسمح به وسائل الاتصال الإلكترونية، ولم تكن جزءاً أساسياً ولا مطلوباً بهذا الشكل، فلم تكن عملية التفاعل إلا مبادرةً ذاتية وشخصية من عددٍ قليلٍ من الأفراد، بينما توفر الوسائل الاتصالية الإلكترونية نظاماً متكاملاً من الأدوات التفاعلية التي تساعد على إجراء عملية التفاعل معها بشكلٍ سهلٍ وسلس، وتصبغ عملية الاتصال عبرها بالتفاعلية بشكلٍ أساسي، كما يضاف إلى عناصر الاتصال التقليدي عنصري الترميز Coding، وفك الترميز Decoding، وهما العمليتان اللتان يقوم بهما الـ Modem، في جهاز الكمبيوتر.

وتتكون عناصر عملية الاتصال عبر وسائل الاتصال الإلكترونية من:

رسالة– مرسل– ترميز الرسالة (تحويلها إلى الصيغة الرقمية)– قنوات معالجة رقمية– قنوات إرسال– قناة اتصال– قنوات استقبال– قنوات معالجة– الترميز العكسي– المستقبل– إدراك المعلومات.



عناصر عملية الاتصال عبر وسائل الاتصال الإلكترونية

والعملية الاتصالية بهذا الشكل تحقق مجموعةً من الأهداف، مكنها التحول نحو النظم الرقمية من تحقيقها، ومن هذه الأهداف:

1- إرسال الرسائل والمعلومات، واستقبالها وتخزينها وطباعتها.

2- إجراء الاجتماعات والجلسات التفاعلية المباشرة.

3- نسخ الملفات وتوزيعها.

4- الوصول إلى المعلومات والملفات من بعد.

الخلاصة

سيطرت وسائل الاتصال والإعلام التقليدية، المطبوعة والمسموعة والمرئية، لفترة طويلة على ساحة الاتصال والإعلام، وسيطر معها الاتصال ذو الاتجاه الواحد One Way Communication، أي من المرسل إلى المتلقي دون إشارات واضحة للتفاعل، أو التغذية الراجعة أو رجع الصدى.

ولا يمكن اليوم الفصل كثيراً بين وسائل الإعلام الجماهيرية (الإذاعة، والتلفزيون، والصحف المطبوعة، الإنترنت)، وبين وسائل الاتصال أو التواصل (الهواتف الأرضية، والهواتف المحمولة، والهواتف الذكية)، فكلها وسائل اتصال تشكل في الوقت الحالي شبكة من وسائل التواصل، التي تمكن المتلقي من الحصول على المعلومات، والتواصل والتفاعل مع القائم بالاتصال، والتواصل والتفاعل مع المتلقين الآخرين الذين يستخدمون هذه الوسائل.

وقد شهد القرن التاسع عشر، ولادة عدد كبير من هذه الوسائل، كالصحف المطبوعة، والراديو والتلفزيون، كما شهد القرن العشرون، تطوراً كبيراً في أعداد هذه الوسائل، وفي مستوى جودة الخدمة التي تقدمها، فازدادت أعداد الصحف المطبوعة، وازدادت أعداد المحطات والقنوات الإذاعية والتلفزيونية، خاصة مع استخدام الأقمار الصناعية، في بث هذه القنوات عبر الفضاء، وفي النصف الثاني من القرن العشرين، ظهرت شبكة الإنترنت فشكلت ثورةً معلوماتية واتصالية في مجال الاتصال والإعلام، خاصة مع الثورة الثانية للإنترنت، وظهور خدمة الويب Web، وظهور وسائل التواصل الاجتماعي، كما شهدت الاتصالات الهاتفية وأجهزة الهاتف، تطوراً كبيراً مع انتقال هذه الخدمة عبر الفضاء، ومع ظهور الهواتف المحمولة، وظهور تطبيقات الهواتف الذكية التي مكنت المتلقي من استخدام هذه الأجهزة لخدمة الإنترنت، ومن استخدام التطبيقات التي مكنته من التواصل والتفاعل مع الآخرين صوتاً وصورة ونصاً.

المراجع

1- مكاوي، حسن عماد، وعلم الدين، محمود، (2009)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (ط.1)، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.

2- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

3- الرحباني، عبير، (2012)، الإعلام الرقمي، الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

4- تربان، ماجد سالم، (2008)، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

5- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

6- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائل المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

7- عبد الحميد، محمد، (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

التمارين

س1- اختر الإجابة الخاطئة:

التحول نحو النظم الرقمية ، منح عملية الاتصال:

a) جودة في الصوت والصورة فقط
b) جودة في الصوت والصورة، وسرعة نقل البيانات
c) إنشاء الوسائط المتعددة
d) كل ما سبق صحيح

الاجابة الصحيحة: جودة في الصوت والصورة، وسرعة نقل البيانات

س2- اختر الإجابة الخاطئة:

تقدم الأقمار الصناعية، مجموعة من الخدمات:

a) الخدمات النصية والمصورة والصوتية
b) خدمة نقل البيانات فقط
c) خدمات المؤتمرات الصوتية والمصورة

الاجابة الصحيحة: الخدمات النصية والمصورة والصوتية

س3- اختر الإجابة الخاطئة:

a) محرك البحث طريقة لنقل وضبط البيانات والمعلومات، عبر أجهزة الكمبيوتر المختلفة في أنظمة التشغيل.
b) من عناصر عملية الاتصال عبر وسائل الاتصال الإلكتروني، التشويش.

الاجابةالصحيحة: a_b

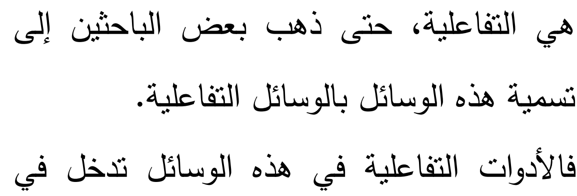
الوحدة التعليمية الثانية

وسائل الاتصال الإلكترونية، الخصائص (1)

التفاعلية Interactivity

أولاً: مقدمة عن خصائص وسائل الاتصال الإلكترونية (التفاعلية)

تتعدد الخصائص التي تتمتع بها وسائل الاتصال الإلكترونية، وتتباين هذه الوسائل في درجة ومستوى توافر التفاعل والأدوات التفاعلية فيها، وبالرغم من ذلك فإن السمة الأساسية لهذه الوسائل،



هي التفاعلية، حتى ذهب بعض الباحثين إلى تسمية هذه الوسائل بالوسائل التفاعلية.



فالأدوات التفاعلية في هذه الوسائل تدخل في عملية تحرير المضامين الإعلامية فيها، عبر استخدام النص الفائق Hypertext، والوسائط المتعددة Multimedia، واللذان يتيحان قدراً كبيراً من التفاعل مع المحتوى، كما تظهر في عملية تصميم هذه الوسائل من خلال توفير العديد من الأدوات التفاعلية بدءاً بإمكانية التعليق على المادة المنشورة مباشرةً، وانتهاءاً بالبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة، وغيرها من الأدوات التفاعلية.

ثانياً: التفاعلية مفهومها، وتعريفها

مفهوم التفاعلية:

طاردت وسائل الإعلام التقليدية حلم التفاعلية مع جمهورها منذ القدم، لأنه المؤشر الذي ينبأ بنجاحها ومدى وصولها وتأثيرها على الجمهور، لكن الإمكانيات التقنية لهذه الوسائل لم تستطع أن تحقق لها هذا الحلم، ولم تحصل هذه الوسائل على أدواتٍ أو وسائل تساعدها على الوصول إلى جمهورها، كما هو في وسائل الاتصال الإلكترونية.



وقد توفرت بعض الأشكال التفاعلية كأبواب القراء في الصحف، أو المساحات المخصصة للتعليق، أو استطلاعات القراء وذلك باستخدام الرسائل البريدية التقليدية التي يعبر الجمهور من خلالها عن إعجابه، أو اهتمامه، أو حاجاته ومتطلباته من هذه الوسائل، أو استخدام المكالمات التليفونية، والتي عانى الجمهور كثيراً في استخدامها نظراً لصعوبات الاتصال، ولصعوبة إشباع هذه الوسيلة لرغبة الجمهور بالتواصل والتفاعل بوقت ومدة مناسبة، كما وفر التليفزيون مساحة أوسع للتفاعل والتواصل مع جمهوره سواء باستخدام الرسائل البريدية، أو المكالمات الهاتفية، أو الحضور الفعلي في بعض البرامج عبر البرامج الحوارية، أو نزول القائم بالاتصال إلى الشارع واستطلاع آراء الناس مباشرة، هذا بالإضافة إلى مساعدة الأقمار الصناعية في إجراء اللقاءات والحوارات عن بعد، عبر استخدام نظام المؤتمرات عن بعد، ومع ذلك لم ترق هذه التفاعلية إلى مستوى التفاعلية التي توفرها وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، حيث يصبح التفاعل جزءاً أساسياً من أساس تصميم هذه الوسائل وتحريرها، بحيث تدعم العمليات المعرفية للمتلقي في علاقته بوسائل الاتصال، وترفع الأدوات من قدر المشاركة والتفاعل أثناء الاستخدام.

ويمكن تلخيص الأسباب التي يمكن أن توضح عدم قدرة وسائل الإعلام والاتصال التقليدية على التفاعل مع الجمهور فيما يلي:



1- وسائل الإعلام التقليدية ليست لديها القدرة التكنولوجية الكبيرة التي تتيح الفرصة لمشاركة الجمهور، وتبادل الرسائل والمضامين الإعلامية.

2- تقدم الوسائل التقليدية رسائلها للاتصال بشكلٍ تتجاهل فيه سيطرة الجمهور الذي يتم توجيه هذه الرسائل له.

3- لا تستطيع وسائل الإعلام التقليدية أن تشبع الدوافع الاتصالية لكل الجماهير المختلفة، نظراً لمحدودية إمكانياتها ومضامينها.

4- لا يمتلك جمهور وسائل الإعلام التقليدية فرصاً كثيرةً للمشاركة في إنتاج مضمون هذه الوسائل، كما أن النقاش في هذه الوسائل يكون مقصوراً على الصفوة السياسية والثقافية.

5- إن السيطرة على العملية الاتصالية، تتم وفقاً لرغبة المرسل الذي يعتبر المتحكم الأول في طبيعة المضامين الإعلامية الموجهة للجمهور، وفي وقت التعرض لها.

تعريف التفاعلية:

عرّف الكثير من الباحثين التفاعلية، منذ الأربعينات والخمسينات من القرن الماضي.

التفاعلية عند فيلدمان Feldman: هي البحث، والوصول، والعودة، والسرعة، والسهولة، في نظام يسمح به الحاسب الآلي نيابة عنا.

التفاعلية عند ميللر Miller: هي حوار متبادل يتم بين كلٍ من المستخدم من جهة، والنظام من جهة أخرى.

التفاعلية عند رفائيلي Rafaelis: ليست سمة مميزة لوسيلة الاتصال، بل سمة مرتبطة بعملية الاتصال، ويؤكد على أن الانتباه يجب أن يوجه إلى العوامل النفسية والاجتماعية المحيطة

بعملية الاتصال، ويذكر أن هناك مجموعة من العوامل التي تتدخل في الموقف الاتصالي لتساعد على تحقيق التفاعلية وتشمل:

- الإشباعات التي يشعر بها المتلقي من التفاعل مع الرسالة.
- الدوافع التي تشجع المتلقي على الرد على المرسل.
- ومدى توافر الرغبة في التعلم والمعرفة.
- التفتح الذهني.
- الوضوح.
- الرغبة في التواصل الاجتماعي.

التفاعلية عند نصر الدين لعياضي: هي سلسلة الأفعال الاتصالية التي يستطيع فيها الفرد أن يأخذ موقع الشخص ويقوم بأفعاله الاتصالية، فالمرسل يستقبل ويرسل في الوقت نفسه وكذلك المستقبل، ويطلق على القائمين بالاتصال لفظ مشاركين بدلاً من مصادر.

التفاعلية عند محمد لعقاب: تشير إلى التزامنية، التي تعني إمكانية التعرض للمعلومات والأخبار في الوقت الحقيقي، واللاتزامنية التي جعلت من شبكة الإنترنت وسيلة تفاعلية تتفوق على التفاعلية التي توفرها وسائل الإعلام التقليدية مثل، الهاتف، والتلفزيون، والصحافة المكتوبة، فهي تعطيك فرصة التخاطب الفوري مع كاتب المقال أو إرسال بريد إلكتروني إليه في جو من الحرية التامة، مما يجعل التفاعلية فعلية وحقيقية عبر الشبكة وتتفوق على تفاعلية الوسائل التقليدية الأخرى.

التفاعلية عند محمد عبد الحميد: هي "الجهود المخططة في تصميم الوسائل الإعلامية الإلكترونية الجديدة وبرامجها ومحتواها، التي تسمح للمتلقي بأكبر قدر من المشاركة في عمليات الاتصال، والاختيار الحر من المحتوى والخدمات المتاحة على شبكة الإنترنت بقدر حاجاته، وتفضيلاته، واهتماماته".

ويركز التعريف السابق على مجموعة من العناصر:

- تحقيق التفاعلية بين المتلقي وعناصر عملية الاتصال والإعلام الإلكترونية، هي جهود يقوم بها مصممو المواقع والقائم بالاتصال، وذلك باستغلال خصائص الشبكات بشكلٍ عام وخصائص صفحات الويب بشكلٍ خاص.
- الهدف الأول من عملية التفاعل، هو تحفيز المتلقي لاستخدام الموقع وأدواته التفاعلية، لذا يجب أن تبرز هذه الأدوات وتوضع في واجهة التفاعل.
- وكذلك وضع وإبراز أدوات الاختيار للبرامج والمحتوى، مثل أدوات التجول والإبحار، الروابط التشعبية، خريطة الموقع، وغيرها من الأدوات.

ملامح التفاعلية:

يجب التمييز بين التفاعلية في الاتصال الشخصي والمتمثلة في رجع الصدى، والتفاعلية في وسائل الاتصال الإلكترونية، فالتفاعلية كمفهوم حديثٍ مرتبطٍ ارتباطاً وثيقاً بتكنولوجيا الاتصال الحديثة، هي سمة طبيعية في الاتصال الشخصي وسمة مفترضة بالنسبة لوسائل الإعلام الحديثة وفي مقدمتها الإنترنت، ويمكن تحديد ملامح هذه التفاعلية بـ:

- الجمهور على الشبكة ليس مستقبل للرسائل وإنما مرسل لها في الوقت ذاته، هذا ما يؤدي إلى مستوى عالٍ من التفاعل.
- هي أيضاً اتصال تبادلي ذو اتجاهين من المرسل إلى المستقبل ومن المستقبل إلى المرسل، فهو اتصال يصعب فيه التمييز بين المرسل والمستقبل.
- قد تكون التفاعلية تزامنية أو لاتزامنية، فالتزامنية يشترط فيها وجود طرفي الاتصال (المرسل والمستقبل) في آن واحد، بينما لا يشترط في اللاتزامنية وجود طرفي الاتصال في آن واحد، كما في حال البريد الإلكتروني، إذ يعتبر أداةً تفاعلية غير تزامنية.
- ويكمن جوهر الاتصال التفاعلي في الاستجابة التي بدونها لا يتم التفاعل، حيث تتوقف التفاعلية على سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية، وهذا متاح من خلال استعمال تكنولوجيا الاتصال التفاعلي والذي بواسطته يستطيع المستقبل تعديل أو تغيير شكل ومضمون الرسالة الاتصالية الموجهة إليه من المرسل.

- يمكن للمستقبل اختيار الموضوع المناسب له من بين البدائل المتعددة التي يتم عرضها عبر وسائل الاتصال التفاعلية، كما يمكنه عرض المحتوى الاتصالي في الوقت الذي يلائمه.
- يتوقف إدراك المشاركين للتفاعلية على هدف الاتصال، والمتمثل في التفاعل وليس الإقناع، إذاً فالتفاعلية خاصية الوسيلة، والوسيلة التفاعلية هي التي تتيح للمستقبل فرص التفاعل مع المرسل ومع المضمون في آن واحد.

ثالثاً: أبعاد التفاعلية

- **البعد الاجتماعي:**

يهتم هذا البعد بدراسة عملية التفاعل الاجتماعي، والمتمثلة في الطرائق التي يتفاعل وفقها الأفراد مع بعضهم البعض، وكيف يرتبطون بعضهم ببعض في الحياة الاجتماعية، وما يتخلل الحياة اليومية من تفاعلات وتبادلات وذلك لفهم المجتمع ككل.

ويشير الباحثون إلى أن هناك مظهراً آخر للبعد الاجتماعي للتفاعلية، والذي ينطلق من فكرة أن الاتصال التفاعلي يتم بواسطة الحاسوب، وهو الوسيط الذي يستخدم أساساً كقناة اتصال تتدفق في اتجاهين بين المشتركين، بين المرسل والمتلقي، أو بين عدد من المرسلين أو المتلقين، وفي هذا تتجلى فكرة المساواة للخطاب المتبادل، وللدور المتبادل.

- **البعد الإدراكي:**

يركز الباحثون في هذا البعد على طبيعة شخصية المستخدم وقدراته الإدراكية، واعتبروا أن الإدراك هو المؤشر المهم لفهم الإدراك التفاعلي الكلي.

وأكّد أصحاب هذا البعد أن الخصائص الشخصية للفرد هي التي تؤثر حتماً على تبني الوسيلة وقبولها واستعمالها، ولذلك لا بد من فهم كيف يدرك الأفراد التفاعلية، ولابد عند قياس مستوى

التفاعلية ليس تعداد خصائص التجهيزات التكنولوجية، ولكن دراسة كيف يدرك المستخدمون هذه الخصائص.

- **البعد النفسي الاجتماعي:**

يقوم البعد النفسي الاجتماعي للتفاعلية على النموذج الاجتماعي، الذي يربط الاتصال بواسطة الحاسوب بذلك الذي يحدث في التلفزيون، إذ يتفاعل المستخدمون ضمنياً مع آخرين افتراضيين عن طريق الحاسوب، فالأفراد يتصورون ذهنياً كائناً إنسانياً داخل الحاسوب، وفي هذا اقترابٌ لمفهوم الاتصال الشخصي أكثر من الاتصال الجماهيري.

كما يقوم هذا المقترب على مفهوم كثافة الشبكة الاجتماعية، بمعنى أن تقييم الفرد لأي وسيط اتصالي يتوقف على تأثره بخصائص شبكته الاجتماعية، بالإضافة إلى الحالة الوجدانية الداخلية للمستخدم، والتي تعتبر متغيراً هاماً في حصول التفاعلية.

وفي هذا البعد النفسي الاجتماعي للتفاعلية، حاول بعض الباحثين استخدام مفاهيم نظرية الاستخدامات والإشباعات Uses & Gratifications، وتطبيقها على بحوث التفاعلية، فبحثوا في حاجات الفرد ورغباته ودوافعه التي يمكن أن تحدد كيفية استخدامه لوسائل الاتصال.

- **البعد التكنولوجي:**

ينظر للتفاعلية من خلال البعد التكنولوجي على أنها عملية ترويج لهذه الصناعة وإعلاناتها حول التكنولوجيات الجديدة، ويركز هذا البعد على الخصائص الجوهرية في الوسائط التكنولوجية وليس على الرسالة أو المستخدم أو حتى العملية الاتصالية التفاعلية.

فالتفاعلية هنا تشير إلى المستوى العالي نسبياً للوسائل الإلكترونية، والإمكانات الملائمة التي تسمح بالتبادلات المتعددة الاتجاهات، وتتحدد التفاعلية إذا كان الوسيط الإلكتروني:

- يجعل الاتصال متعدد الاتجاهات.
- يسمح للمشاركين بالتحكم في الفعل الاتصالي.
- يدعم تبادل الأدوار بين المشاركين في العمليات الاتصالية، والتواصل بين المرسل والمتلقي في الوقت نفسه.

رابعاً: أدوات التفاعل في وسائل الاتصال الإلكترونية

1- البريد الإلكتروني

تشكل خدمة البريد الإلكتروني أهم وأسهل أدوات التفاعل والاتصال في وسائل الاتصال الإلكترونية، وقد طوّر هذه الخدمة Ray Tomlinson، في عام 1972، وتقوم على تبادل الرسائل الاتصالية والمعلومات بين الأفراد، مع إمكانية إرسال مرفقات Attachments معها، ولا يشترط أن تكون هذه الرسائل نصية، بل يمكن أن تتعدد أشكالها وأنواعها، (نصوص، مقاطع فيديو، صور، مقاطع صوتية، وغيرها)، كما لا يشترط أن تكون هذه الخدمة تزامنية، فلا ضرورة لوجود طرفي عملية الاتصال في نفس الزمان.

ولأن هذه الخدمة كانت ولا تزال تعتبر الأكثر استخداماً بين أدوات التفاعل، فقد حاول الباحثون وضع مجموعة من الإرشادات والقواعد لاستخدامها استغلالاً لفوائدها، وتقليلاً للمشاكل التي يمكن أن تنتج جراء استخدامها:

1. التركيز على خصائص بناء الرسالة من حيث الوضوح، والاختصار، والإيجاز، وسهولة القراءة.
2. التمييز بين عناصر الرسالة المهمة والأقل أهمية، أمر يسهل قراءة الرسالة، وسرعة إدراكها.
3. وضع عنوان واضح للرسالة يوضح الغرض المطلوب منها.
4. في حال كانت الرسالة طويلة، يفضل إرسال ملفات إضافية مع الرسالة، مع مراعاة حجم وسعة البريد الإلكتروني.
5. لا تستخدم القوائم البريدية Mailing Lists، إلا إذا تم التأكد من أن الأسماء المسجلة لها علاقة بموضوع الرسالة، وفي حال تم استخدامها فيجب الاهتمام بتوضيح الرموز، والتواريخ، ومقاييس الأطوال والأوزان، وغيرها من الرموز التي يختلف تفسيرها من ثقافةٍ لأخرى.
6. تفهم عدم الرد الفوري، لأنه مرتبط بفروق التوقيت بين الدول.

7. في حالة استقبال رسالة ذات أهمية، فيفضل الإفادة باستقبالها، والتنويه بإمكانية الرد في وقت مناسب.
8. مراعاة الخصائص التقنية للبريد الإلكتروني من حيث السعة، والأمان، واستخدام الملفات والوسائط المتعددة.
9. عدم استقبال أو فتح رسائل غير موثوقة، وغير معروفة المصدر.

2- المحادثة والتفاعل المباشر Chatting

وهي أدوات تزامنية، يشترط فيها على طرفي عملية الاتصال التواجد في نفس الوقت، ويمكن من خلالها تبادل المعلومات بمختلف أشكالها، وذلك باستخدام برامج خاصة، ويمكن لهذا التفاعل أن يتم كتابة، أو بشكلٍ صوتي، أو بمشاركة الكاميرا Web Camera.

ويكثر استخدام هذه الوسيلة في عملية التعليم، أو لأغراض الدردشة في غرف الدردشة، للحوار والمناقشة في الموضوعات ذات الاهتمام المشترك.

3- المؤتمرات التفاعلية، أو المؤتمرات عن بعد Tele Conferences

وهي أيضاً أدوات تزامنية، تتيح قدراً كبيراً من التفاعل والاتصال، ولها أشكال مختلفة:

- **مؤتمرات سمعية:** تتيح عرض الصور والرسوم والنصوص، بإضافة أصوات أطراف الاتصال، وهذا النوع من المؤتمرات لا يحتاج لنفس السعات والخصائص التقنية التي تحتاجها المؤتمرات المصورة.
- **مؤتمرات الفيديو:** وهي المؤتمرات التي يتم فيها عرض الصوت والصورة لأطراف الاتصال، وهي تعتمد على البرامج التي تعتمد على كاميرة الفيديو، وهذا النوع من المؤتمرات يحتاج إلى خصائص تقنية وسعات أكبر مما تحتاجه المؤتمرات الأخرى، وتشابه هذه المؤتمرات الحوارات التي تجريها القنوات التلفزيونية مع ضيفٍ واحد أو عدة ضيوف في وقت واحد، وتصلح مؤتمرات الفيديو، في تعليم المهارات المختلفة.

وسواء كانت هذه المؤتمرات سمعية أو مصورة، فلها إجراءات وقواعد تفرضها المواقع المستقبلة لها، مثل، مراعاة آداب الحوار اللفظي، وأسس الحوار التلفزيوني، وطريقة التركيز على المعلومات النصية، أو الشرائح أو الرسوم.

4- لوحات النشرات أو النقاش Bulletin Board

وهي وسائل تفاعلية لا تزامنية، يستخدمها أطراف الاتصال لتبادل المعلومات، والإعلانات، والمنشورات، وهي عبارة عن صفحات خاصة تقدم خدمة البريد الإلكتروني وغيرها من الخدمات التفاعلية، وتقدمها بعض المواقع أو محركات البحث بشكلٍ مجاني أحياناً، لذلك يستغلها بعض المدونون Bloggers، للكتابة في موضوعٍ معين، وفي الغالب تحوي هذه الصفحات روابط لصفحاتٍ أو مواقع أخرى.

5- القوائم البريدية، أو قوائم الخدمة Mailing Lists

وهي أيضاً وسائل تفاعلية لا تزامنية، تضعها وتصممها بعض المواقع أو محركات البحث، حيث تقوم بفهرسة أسماء المشاركين معها في قوائم حسب اهتماماتهم المشتركة، وتقوم هذه المواقع بإرسال المعلومات التي تهمهم، ويمكن أن تصمم القوائم في أشكال مختلفة، منها:

- **قوائم أحادية الاتجاه:** تستقبل المعلومات فقط.
- **قوائم ثنائية الاتجاه، أو قوائم الحوار:** وتتوفر في هذه القوائم إمكانية إرسال الرسائل واستقبال الردود عليها.

ويستخدم في النوعين البريد الإلكتروني، وهي ترتبط بهدفٍ معين، أو دراسة موضوعٍ معين.

6-صفحات الويب Web Pages:

الويب Web، خدمة تفاعلية، تضم العديد من المميزات التفاعلية، كالروابط التشعبية، المتضمنة في الوسائط المتعددة، Multimedia، والوسائل الفائقة Hypermedia، وتعتبر هذه الخدمة أساس تصميم الوسائل الاتصالية الإلكترونية، وتستخدم فيها كافة أدوات التفاعل التي سبق ذكرها، كالبريد الإلكتروني، والمحادثة، والمؤتمرات وغيرها، وتبعاً لحجم وجود التفاعلية في هذه الصفحات، تقسم إلى قسمين:

- **صفحات الويب الساكنة Static Web Pages:** وهي صفحات يغيب فيها التفاعل مع محتواها، ويكتفي المتلقي بالقراءة والتصفح، فهي صفحات ذات اتجاهٍ أحادي من المرسل إلى المتلقي، أو من المتلقي إلى المرسل، أو القائم بالاتصال.
- **صفحات الويب التفاعلية Interactive Web Pages:** وهي صفحات تحوي الأدوات الخاصة بالتفاعل مع محتواها، وارتباطاتها التشعبية، والبحث في قواعد البيانات ذات العلاقة بموضوعاتها، وإبداء الآراء والتعليقات حولها.

7-صناديق الاقتراع أو الاستفتاء Poll Box

وهي وسائل تفاعلية تزامنية، تستخدمها الصحف الإلكترونية بكثرة للتفاعل مع المتلقين، واستطلاع آرائهم، حول ما هو مطروح في صناديق الاقتراع، أو التصويت بالموافقة، أو الاعتراض، أو الحيادية، حول شخصية معينة، أو موضوعٍ، أو قضية معينة مهمة ومطروحة للنقاش والاستفتاء، وفي الغالب يظهر للمتلقي نتيجة تصويته مباشرةً.

وسائل أخرى:

ويذكر الباحثون أدوات ووسائل أخرى للتفاعل في وسائل الاتصال الإلكترونية مثل:

1. الدفع النقدي الإلكتروني Electronic Cash

تسمح هذه الخدمة بالدفع إلكترونياً لقاء تبادل الخدمات والمنتجات والبضائع، باستخدام بطاقة ائتمانٍ خاصة. ويمكن أن يباع على شبكة الإنترنت الآن كل شيء، بدءاً بالمعلومات وانتهاءاً بالسلع والبضائع والمنتجات، وتتوافر على الشبكة (كتالوجات) بهذه البضائع والخدمات، ترسل بالبريد الإلكتروني، ويستطيع الفرد أن يطلب احتياجاته منها، ويقوم بالدفع من خلال بطاقة الائتمان، من غير أن تتعرض للسرقة.

2. الجماعات المعرفية Knowledge Groups

يتم على شبكة الإنترنت بشكلٍ دائم، دعوة المهتمين والمتخصصين في مجالاتٍ معينة، للدخول في مجموعات يتم فيها تبادل المعرفة والآراء ووجهات النظر المختلفة، وتشكل هذه المجموعات جزءاً من الخدمات التي تقدمها الشبكات الجماعية، وبعض المراكز والمواقع المتخصصة، كما يتم إرسال المعلومات المتعلقة باهتمامات هذه المجموعات بالبريد الإلكتروني أولاً بأول حسب حاجاتهم ومتطلباتهم.

3. الإعلان الإلكتروني

وقد دخل الإعلان إلى شبكة الإنترنت في البداية، كإعلانات مجانية بشكل قوائم على النشرات الإخبارية الإلكترونية Bulletin Board، كما قادت شركة McDonald's، قافلة المعلنين على شبكة الإنترنت، عندما نشرت إعلاناتها على موقع America Online، ثم وصل الوضع الآن إلى إنشاء العديد من الشركات، والمؤسسات، والصفحات، والمواقع المتخصصة بالإعلان والتسويق، ويتم من خلالها التعريف بالسلع والمنتجات والخدمات، كما يمكن أن تحصل عمليات بيعٍ وشراء عبر هذه المواقع، وهو ما يسمى التجارة الإلكترونية.

ويمكن الاستدلال على مدى تفاعلية أي وسيلة اتصالية إلكترونية ليس فقط من خلال ما يتوفر لها من الوسائل التفاعلية السابق ذكرها، ولكن من خلال مؤشراتٍ أخرى حددها الباحثون في هذا المجال.

خامساً: مؤشرات التفاعلية

حدد الباحثون في مجال التفاعلية في وسائل الاتصال الإلكترونية، مجموعةً من المؤشرات، التي يمكن من خلالها قياس مدى تفاعلية أي موقعٍ أو وسيلةٍ اتصالية إلكترونية، ورأى هؤلاء أنها مؤشرات تفاعلية يمكن تحديدها وقياسها كمياً، بما يشير إلى أرقامٍ دقيقة عن مستوى التفاعل، وهذا المؤشرات هي:

1- عدد عمليات التفاعل المتاحة (التجول، الاختيار، المشاركة).
2- عدد الخيارات التفاعلية المتاحة (وصلات النص، وصلات الوسائل).
3- تعدد أدوات التفاعل (التزامنية، واللاتزامنية).
4- سهولة الاتصال والتفاعل، وسرعته.
5- سهولة استخدام واجهة التفاعل للبرامج والصفحات.
6- سهولة الاستجابة إلى مشاركات المتلقي.
7- وجود نظام الضبط والمراقبة (إحصاء عدد الزوار والمستخدمين).

وقد تم تحديد هذه المؤشرات بالإضافة إلى مؤشرات أخرى، نتيجة العديد من الدراسات والأبحاث، التي بينت أن هناك علاقة طردية بين وجود هذه الوسائل التفاعلية، ومدى الاعتماد عليها للحصول على معلومات مختلفة حول العديد من الموضوعات، ووجود علاقة بين استخدام هذه الوسائل، وارتفاع مستوى المعرفة بالعديد من القضايا، خاصة مع توافر التفاعل الحر، والاختيار الحر لهذه الموضوعات وهذه القضايا.

وبذلك تم التوصل إلى أن التفاعلية في وسائل الاتصال الإلكتروني، ليست حلماً ولا رغبة من المرسل أو القائم بالاتصال، للتفاعل والاتصال مع المتلقين، كما هو في وسائل الاتصال التقليدية، بل هي جزءاً أساسياً من بناء وتصميم هذه الوسائل، مما يجعل من المتلقي، نشيطاً، فعالاً، مسيطراً، ومتحكماً بعملية الاتصال، ومعيداً لإنتاج المحتوى من جديد، وبذلك تغير اتجاه الاتصال من خلال هذه الوسائل، وتغيرت مفاهيم وعناصر العملية الاتصالية الإلكترونية بشكلٍ كليٍ يتناسب مع التطورات التقنية التي طالت وسائل الاتصال والإعلام.

الخلاصة

تتميز وسائل الاتصال الإلكتروني بعدة خصائص وسمات، منها ما يتماثل مع خصائص وسائل الاتصال التقليدية، ومنها ما هو مستحدث فرضته خصوصية الإعلام الممارس عبر هذه الوسائل، والسمات التقنية والفنية التي تتمتع بها.

وأولى وأهم الخصائص التي تتمتع بها هذه الوسائل، **التفاعلية**، وهي الحلم الذي كان يطارد وسائل الاتصال والإعلام التقليدية، إذ لم تسمح الخصائص التقنية لتلك الوسائل بتوفير الأدوات والوسائل الملائمة لإتمام التفاعل مع القراء، والمستمعين، والمشاهدين، بينما تعد التفاعلية في وسائل الاتصال الإلكترونية نظاماً متكاملاً، يبنى أثناء تصميم المواقع الإلكترونية أو الوسيلة الاتصالية الإلكترونية عموماً، وتتوفر لهذه العملية مجموعة من الأدوات التفاعلية، بعضها أكثر استخداماً من البعض الآخر، كالبريد الإلكتروني E-Mailing، والمؤتمرات عن بعد Tele Conferences، وغرف الدردشةChatting Rooms ، أو المحادثة، وصفحات الويب Web Pages، ومجموعات الأخبارNews Groups، ولوحات النشرات Bulletin Boards، وصناديق الإحصاء Poll Box، وغيرها من الأدوات التي يقدمها تصميم المواد والنصوص الفائقة في هذه الوسائل، مما يتيح للمتلقي فرصة التفاعل والتجول والاختيار من روابط وخلفيات الأخبار والمعلومات التي تقدمها.

ويقاس في الوقت الحالي مدى نجاح وسائل الاتصال الإلكترونية بمدى ما تقدمه من أدوات ووسائل للتفاعل والتواصل مع المتلقين، وقد قدم الباحثون في هذا المجال مجموعة من الأبعاد التي تحكم التفاعلية، كالبعد الاجتماعي، والإدراكي، والنفسي الاجتماعي، والتكنولوجي، كما تم وضع مجموعة من المؤشرات التي يمكن الحكم من خلال توافرها، على مدى تفاعلية هذه الوسائل، وهذا ما تعرضت له هذه الوحدة.

المراجع

1- أبو عيشة، فيصل، (2010)، **الإعلام الإلكتروني**، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

2- الرحباني، عبير، (2012)، **الإعلام الرقمي، الإلكتروني**، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

3- تربان، ماجد سالم، (2008)، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"**، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

4- شفيق، حسنين، (2010)، **الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية**، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

5- شفيق، حسنين، (2010)، **الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت**، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

6- عبد الحميد، محمد، (2007)، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

7- مكاوي، حسن عماد، وعلم الدين، محمود، (2009)، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال**، (ط.1)، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.

8- حمود، ردينة، (1014)، استخدامات الشباب السوري للبرامج الاجتماعية التفاعلية في المحطات الفضائية العربية والإشباعات المتحققة منها، دراسة مسحية، **رسالة ماجستير غير منشورة**، جامعة دمشق، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.

التمارين

اختر الإجابة الخاطئة:

A. البريد الإلكتروني، وسيلة تفاعل تزامنية، من أسهل وأسرع أدوات التفاعل على الإنترنت.
B. القوائم البريدية، مجموعة من الأفراد يجتمعون على الإنترنت لمناقشة القضايا ذات الاهتمام المشترك.
C. القوائم البريدية، وسائل تفاعل لا تزامنية.
D. صناديق الاقتراع، وسائل تفاعلية، لا تزامنية تساعد على انتخاب بعض الشخصيات، على الإنترنت.
E. صفحات الويب الساكنة: هي صفحات يغيب فيها التفاعل مع محتواها، ويكتفي المتلقي بالقراءة والتصفح.
F. القوائم البريدية ثنائية الاتجاه، أو قوائم الحوار، تتوفر فيها المعلومات فقط.
G. من مؤشرات قياس التفاعلية، حساب عدد أدوات التفاعل الموجودة في الموقع الإلكتروني.

الإجابة الصحيحة: A_B_D_F

الوحدة التعليمية الثالثة

وسائل الاتصال الإلكترونية- الخصائص (2)

أولاً: مقدمة عن خصائص وسائل الاتصال الإلكترونية

أتاحت الإمكانيات التقنية التي تتصف بها وسائل الاتصال الإلكترونية، توفير العديد من الخصائص والسمات، وقد رفعت هذه الخصائص مستوى الخدمات الاتصالية والمعلوماتية التي تقدمها، وأشبعت للمتلقي الكثير من الحاجات المتطورة، التي أنتجها استخدام الوسائل الاتصالية عموماً، والظروف والمستجدات السياسية والاجتماعية والاقتصادية وغيرها.

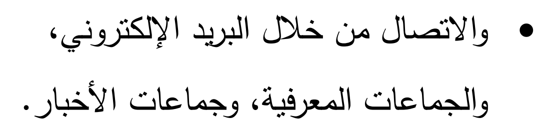
في الوقت الحالي، أصبح بالإمكان تحقيق متطلبات المتلقي المتنامية وتلبيتها، عبر كل الخصائص والإمكانيات التي توفرها وتقدمها لمتلقيها والمتمثلة في:

- الحصول على كمٍ أكبر من المعلومات.
- أو الحصول على خدمات اتصالية أكبر وأفضل.
- والقدرة على نقل وتبادل المعلومات من أي مكان، وبأي زمان.
- والقدرة على التعرض على المحتوى الإعلامي والمعلوماتي بأشكالٍ إعلامية جديدة، وبالتالي تمكين هذا المتلقي من بسط نفوذه وسيطرته على هذه الوسائل، بالاختيار الحر من محتويات هذا المحتوى.

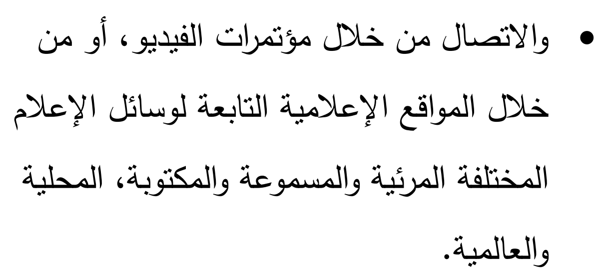
وفي هذه الوحدة سوف يتم التعرض بالتفصيل لهذه الخصائص، والمتمثلة بالتنوع، والتكامل، وتجاوز حدود الزمان والمكان، وتجاوز الحدود الثقافية، واستخدام الوسائط المتعددة والنص الفائق أو المتشعب، والقدرة على تمكين المتلقي على التحكم بها.

ثانياً:خاصية التنوع Varity

يتمثل التنوع كخاصية من خصائص وسائل الاتصال الإلكترونية، في تنوع المحتوى الإعلامي المقدم، وفي طريقة عرضه، وفي تنوع أشكال الاتصال المقدمة عبرها، وتوفر وسائل الاتصال الإلكترونية صوراً متنوعة من أشكال الاتصال، تلبي للمتلقي حاجاته ومتطلباته، فهناك: الاتصال المباشر الصوتي أو الكتابي.



- والاتصال من خلال البريد الإلكتروني، والجماعات المعرفية، وجماعات الأخبار.



- والاتصال من خلال مؤتمرات الفيديو، أو من خلال المواقع الإعلامية التابعة لوسائل الإعلام المختلفة المرئية والمسموعة والمكتوبة، المحلية والعالمية.

كما توفر هذه الوسائل تنوعاً في مجالات ومستويات المحتوى المعلوماتي والإعلامي الذي يحتاجه المتلقي، من المعلومات المتخصصة إلى المعلومات العامة، ومن المعلومات السياسية إلى المعلومات الفنية والرياضية، ومن المعلومات المنهجية الأكاديمية، وإلى المعلومات العامة أيضاً، وكل المعلومات التي تلبي حاجات المتلقي المعلوماتية، واهتماماته، ومتطلباته المهمة، والأقل أهمية، والتي تعكس تنوعاً في وظائف الاتصال التي يؤديها هذا المحتوى، وتنوعاً في طريقة تقديمه، وذلك باستخدام الوسائط المتعددة Multimedia، والرموز الاتصالية التي تلاءم كل نوع معلوماتي.

ثالثاً: خاصية التكامل Integration

توفر وسائل الاتصال الإلكترونية، بالإضافة إلى تنوع أشكال ومجالات الاتصال والمعلومات، تكاملاً في خدماتها، فالمتلقي عبر هذه الوسائل لن يكتفي بالقراءة أو التصفح، بل يستطيع أن يختار بين حفظ المعلومات، ونسخها، وطباعتها، وإرسالها، وغيرها من الخدمات التي يؤدي حاجاته منها.



رابعاً: خاصية الفردية والتجزئة

Individuality & Customization

يعلّي الاتصال والإعلام عبر وسائل الاتصال الإلكترونية، من شأن الفرد، من خلال إعطائه قدراً كبيراً من حرية اختيار المعلومات التي يتعرض إليها، باستخدام أدوات التجول والإبحار، واختيار الشكل الذي تقدم فيه، وتلبي هذه المعلومات حاجات الفرد المعرفية الرئيسية (معارف سياسية، اجتماعية، اقتصادية)، والحاجات الفرعية (تعلم مهارة الرسم، التفصيل، تربية الحيوانات الأليفة)، وبذلك تتحول وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة من مفهوم الجمهور (العام)، والحاجات (العامة)، إلى تجزئة هذا الجمهور Customization، ومخاطبته كمجموعة من الأفراد، يختلفون في اهتماماتهم، وحاجاتهم، ودوافعهم لاستخدام هذه الوسائل.



وتضيف خاصية سرية وخصوصية استخدام هذه الوسائل عبر ما توفره من تقنيات تضمن هذه الخصوصية، من إعلاء شأن الفردية التي تجاهلتها وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية لوقتٍ طويل.

خامساً: تجاوز الحدود الثقافية Globalization

لم تستطع وسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية التقليدية، رغم ما توفر لها من الناحية التقنية، الوصول إلى مناطق ومساحات جغرافية واسعة، تتجاوز فيها كل الحدود الجغرافية والحدود الثقافية، كما وصلت إليه وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، فقد تجاوزت المسافات الجغرافية البعيدة، وكسرت الحواجز الثقافية التي لم تستطع الوسائل التقليدية كسرها، رغم محاولاتها المتقدمة، من خلال البث الفضائي لمحطات التلفزيون والإذاعة، أو من خلال الطبعات الدولية لبعض الصحف، أو من خلال السينما العالمية وغيرها من الطرق التي حققت إلى حدٍ ما هذا الهدف، لكنها لم ترق إلى ما وصلت إليه وسائل الاتصال الإلكترونية التي وصلت إلى أبعد المناطق، بجودة وسرعة عالية، في الصوت والصورة والنص، وخاطبت كل المجتمعات والثقافات المختلفة، فاجتمع الأفراد من خلالها في مجتمعات افتراضية، تجمع بينهم اهتمامات وقضايا مشتركة يتحاورون ويدافعون عنها، وبذلك تحقق مفهوم الكونية، أو العالمية Globalization، وسقطت الحواجز الثقافية بين المجتمعات.



سادساً: تجاوز وحدة الزمان والمكان A Synchronization

لا يحتاج مستخدم وسائل الاتصال الإلكترونية التواجد مع الطرف الآخر أثناء عملية الاتصال، أي تحقيق التزامن في الاتصال الـ Synchronization، كما في الاتصال الشخصي أو المواجهي، أو في أثناء بث قنوات الإذاعة والتلفزيون، بسبب إمكانياتها في الاستقبال، والتخزين والتحميل، وإعادة استقبالها في الوقت المناسب، وساعد في ذلك:



- وجود الخوادم الضخمة السعات Servers.
- وتوافر أدوات تحقق الاتصال غير المتزامن A synchronization، كما في البريد الإلكتروني، أو في استخدام المواقع الإعلامية المختلفة.
- وتوافر أدوات الاتصال المتزامن، كالمحادثة Chatting، والمؤتمرات عن بعد Tele Conferences ، ومجموعات الأخبار، وغيرها من الأدوات.

كما أحدث التطور الحاصل في هذه الوسائل، من تصغير أحجامها إلى زيادة سعاتها التخزينية، إلى ظهور أجهزة متطورة أخرى. كما حصل نتيجة تصغير أحجام أجهزة الكمبيوتر، وإمكانية حملها ونقلها من مكان لآخر (أجهزة الـLaptop)، وأجهزة الهاتف المحمول، وخاصة أجهزة الهاتف المحمول ذو التطبيقات الذكية زيادةً في إمكانية استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية في أي مكان، يمكن أن تتوفر فيه إمكانية الاتصال عبر شبكة الإنترنت، سواء عبر الاتصال السلكي، أو عبر الـ Wi Fi، أو عبر الـ 3G، أو الـ 4G.

سابعاً: الاستغراق في عملية الاتصال Involvement

يصبح الاستغراق في استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية، نتيجةً لما تم ذكره من خصائص وصفات لهذه الوسائل، ومن هذه الخصائص التي أدت إلى استغراق المتلقي في استخدام هذه الوسائل، وقضاء وقتٍ أطول في استخدامها:

- وجود قدرٍ كبيرٍ من التفاعلية بين المتلقي والقائم بالاتصال، أو المتلقين الآخرين في هذه الوسائل.
- وجود تنوعٍ وتكاملٍ في مجالات وأشكال الاتصال التي تقدمها، وقدرة هذه الوسائل على الوصول إلى مسافات جغرافية بعيدة، وإمكانية حمل ونقل أجهزة استقبالها، وإمكانية استقبالها في الوقت والزمن المناسب.
- هذا بالإضافة إلى استخدام الوسائل المتعددة Multimedia، والنص الفائق Hypertext، والوسائل الفائقة Hypermedia وقدرة المتلقي على التجول والإبحار والاختيار بين هذه الوسائط، مع انخفاض أسعار هذه الأجهزة، وأسعار استخدام خدمة الاتصال عبرها إلى حدٍ ما.

إيجابيات الاستغراق:

ويشير الباحثون إلى إيجابيات هذا الاستغراق، ويذكرون أن الاستغراق في البحث والاستخدام، ومن ثم الحصول على المعلومات، يؤدي إلى تزايد الكم المعرفي للمستخدم، ويدفعه للبحث عن المزيد من المعلومات، كما يؤدي إلى ثبات هذه المعلومات وترسيخها في الذهن بشكلٍ كبير.

سلبيات الاستغراق:

ويذكر آخرون في إشارةٍ لسلبياته، إلى أن الاستغراق المطول في استخدام هذه الوسائل، قد يؤدي إلى دخول المستخدم في عزلةٍ اجتماعية، والوصول إلى إدمان استخدامها، وهذا ما يؤدي إلى نتائج سلبية تظهر على الفرد، وتنعكس سلبياً على المجتمع بشكلٍ عام.

ثامناً: استخدام الوسائط المتعددة Multimedia

غاب استخدام الوسائط المتعددة Multimedia، لفترة طويلة عن وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، رغم توظيفها منفردةً أو ثنائيةً في وسائل الإعلام المطبوعة، والمرئية، والمسموعة، وذلك لأسباب تتعلق ب:

- الإمكانيات التقنية لهذه الوسائل.
- والاكتفاء بحصصها من فئات الجمهور المنقسمة بين جمهورٍ مستمع، ومشاهد، وقارئ.
- والنشأة المتباعدة لكل وسيلةٍ عن الأخرى.

مما أدى إلى التوظيف المنفرد والمنعزل للصورة والصوت والنص، وتركيز كل وسيلةٍ على استخدام إحدى الوسائط المعتمدة على أحد الحواس، وتوظيفها في إيصال رسالتها الإعلامية، الأمر الذي أدى إلى تمايز الجمهور المتلقي للوسائل الاتصالية، إضافةً إلى الاختلاف في العديد من العوامل الديمغرافية للجمهور، ولا سيما التعليم الذي أدى إلى مزيدٍ من الانعزال بين هذه الوسائل.

هكذا كانت الصحافة المكتوبة تستخدم الكلمة والنص وتركز على حاسة البصر فقط، والصحافة المسموعة (الراديو)، تستخدم الكلمة المنطوقة وتعتمد حاسة السمع فقط، والصحافة المرئية (التلفزيون)، تقدم الصوت والصورة، وتركز وتستخدم حاستي السمع والبصر معاً، إلى أن ظهرت وتطورت نظم الحاسب، ونظم الاتصال بمساعدة الحاسب Computer Mediated Communication، وبدأ استخدام الوسائط المتعددة Multimedia، يظهر في بناء الرسائل الاتصالية، أو البرامج الاتصالية، والتي تعتمد في إنتاجها ونقلها وتوصيلها، على ملفات هذه الوسائل، ملفات الصور، والصوت، والفيديو، والموسيقى، والنص، والتي توظف بشكل متكاملٍ في إنتاج هذه الوسائط.

كما ساهمت عوامل أخرى في ظهور وتطور هذه الوسائل، وذلك منذ أن تم الانتقال من تحويل الإشارات والرموز الكهربائية، إلى النظام الرقمي الثنائي، وإمكانية تجميع العديد من أشكال المعلومات (النص، الصورة، الصوت، الرسوم)، في منظومة واحدة، وأصبحت هذه الصيغة هي

الشكل السائد للمادة المقدمة في هذه الوسائل، وخاصة مع تطور الإنترنت وظهور ما يسمى خدمة الـ Web.

وقد أدى استخدام هذه الوسائط إلى إضفاء شكلٍ متطورٍ ومختلفٍ على المادة الإعلامية، ومضمونٍ أكثر عمقاً، وتحكم أكبر في عملية الاستخدام.

تعريف الوسائط المتعددة واستخدامها:

وقد عرّف الباحثون الوسائط المتعددة Multimedia بأنها جملة الوسائل النصية، والمرئية، والمسموعة، التي يتم إنتاجها وعرضها وتقديمها معاً، بشكلٍ يتيح للمتلقي الوصول والتجول، والاختيار الحر، إلى جانب المشاركة في بناء المعنى.

وقد أدى استخدام الوسائط، إلى تحقيق أهدافٍ متنوعة، مثل:

1- وفرة الرموز المعلوماتية (النصوص، الصور، الأصوات، الرسوم) الدالة على المعاني، بما يزيد من وضوح المعنى بشكلٍ كبير، ويتحقق ذلك بوجود الصورة مع مقطع الفيديو، مع رسوم توضيحية، مع النص الخبري المكتوب.
2- الربط بين المعاني وبين الرموز الدالة عليها، بما يؤكد المعاني ويرسخها في الذهن، كما في قراءة المعلومات مع رؤية الصورة المتعلقة بها.
3- وفرة الرموز الاتصالية، والمعاني، والمعلومات، أعطى المتلقي خبرةً في مجال استخدام هذه الوسائل، ورفع من درجة التفاعل والمشاركة مع هذه الوسائل.
4- استخدام الصور، ومقاطع الفيديو، والتنويع في اللقطات المأخوذة، والتركيز على اللقطات المقربة، وكذلك استخدام المقاطع الصوتية الحقيقية، أو المؤثرات الصوتية، ربط المعلومات المقدمة بالذاكرة الطويلة المدى، وسهل اختزان المفاهيم، وأضفى عليها إحساساً بالواقعية، وأعطى المتلقي إحساساً بالمشاركة في الأحداث والمعلومات.
5- أضفى استخدام منظومة الوسائل المتعددة (كما حدث في عالم السينما أو التلفزيون، عندما يضيف المخرج والممثل معانٍ أخرى عن السيناريو الأصلي)، معانٍ إضافية، وأحياناً مختلفة عن المعاني الحقيقية التي تحملها المعلومة، وأفسح المجال للمتلقي القدرة على تفسيرها.

6- وفرة الرموز الاتصالية، أعطت المتلقي السعة العقلية، والقدرة على معالجة المعلومات وتعويض الفاقد منها، وبالتالي التأثر بها في سلوكياته المختلفة.

7- حرر استخدام الوسائط المتعددة في هذه الوسائل عناصر عملية الاتصال من أسر التنظيم الخطي، وأعطى المتلقي حريةً تامة في اختيار مسار المعلومات الذي يرغب به.

8- ربط المتلقي بالوسيلة الإلكترونية، وذلك من خلال الاستحواذ على كل حواس المتلقي السمعية والبصرية.

9- أدى استخدام الوسائط المتعددة، إلى مزيدٍ من التفاعلية بين المتلقي والوسيلة الاتصالية، وذلك من خلال التجول والاختيار الحر للمعلومات المطلوبة.

10- كما أضفى هذا الاستخدام قدراً كبيراً من الواقعية على المعلومات والأحداث المعروضة، وخاصة استخدام الصوت والصورة ولقطات الفيديو.

النص الفائق (المتشعب):

ويشكل النص الفائق في الوسائط المتعددة، الجزء الأساسي والرئيسي الذي يعلّي من السعة العقلية، وتعويض الفاقد من المعلومات، وقد تم تطويره وإنشاءه في الستينات على يد Ted Nelson، والذي يعتبر (أبو النص الفائق)، (والوسائل الفائقة أو المتشعبة)، والذي يعرّفه بأنه "الكتابة غير الخطية، والتي يتفرع من خلالها النص سامحاً للمتلقي بالاختيار، وأفضل قراءة له من على شاشة تفاعلية وبصورة مبسطة، فهو سلسلة من نصوص كبيرة متشابكة، عن طريق روابط تعرض للمتلقي مساراتٍ مختلفة".

كما يعرّفه الباحثون بأنه "طريقة لتنظيم المعلومات المرتبطة في مسارات غير خطية Nonlinear، ضمن إطار دلالي معين، ويسمح للمتلقي التجول بين المعلومات، واختيار المسارات، وبناء المعنى الذي يتفق مع حاجاته وخصائصه المعرفية".

مكونات النص الفائق (المتشعب):

ويتكون النص الفائق من المفاهيم أو النقاط الساخنة Nodes، والروابط Links، ويبنى من:

- تجزئة المعلومات المتاحة عن موضوعٍ معين، وفق تصنيفٍ معين، ويلبي كل جزءٍ حاجة معرفية معينة.
- الربط بين أجزاء المعلومات بواسطة روابط أو وصلات Links، في مسارات تسمح بالاختيار منها، أو الانتقال عنها إلى مساراتٍ أخرى ترتبط بها، ويدل على وجود هذه الروابط، نقاط ساخنة أو أزرار (كلمات، أو جمل تبرز بلون أو نمط خط مختلف).

أنواع النص الفائق (المتشعب):

1- النص الفائق الداخلي: وهو النص الذي يحيل المتلقي إلى الصفحات الداخلية في نفس الموقع.

2- النص الفائق الخارجي: وهو النص الذي يحيل المتلقي إلى مواقع أخرى، بالإضافة إلى الموقع نفسه.

3- النص الفائق المحلي: ويقصد به النص الذي يسمح للمتلقي التنقل داخل نفس الصفحة.

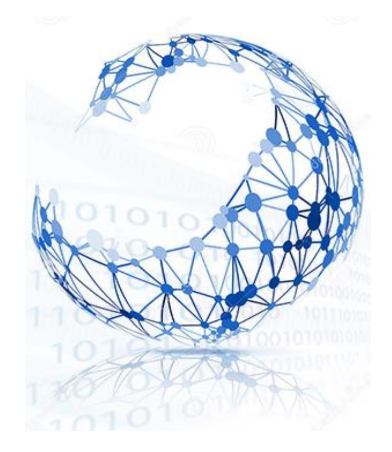
4- النص الفائق والقوى الفاعلة: وهو النص الذي يحيل المتلقي إلى قوى فاعلة في النص، مثل شخصيات سياسية، وفنانين، ورياضيين، وغيرهم.

5- النص الفائق والقائم بالاتصال: وهو النص الذي يربط المتلقي بالقائم الاتصال في هذا النص، وذلك لتدعيم الصلة بين الطرفين.

وقد أصبح استخدام الوسائط المتعددة والنص الفائق أو المتشعب، أحد المعالم الأساسية في وسائل الاتصال الإلكترونية، وأحد المظاهر التنافسية بينها، فهي من جهة تحقق التفاعلية، وهي الخاصية الأساسية لهذه الوسائل، ومن جهة أخرى تحقق حرية الاختيار والتجول، وهي السمة الأساسية الأخرى لها، وهي السمات التي لم تستطع وسائل الاتصال التقليدية تحقيقها حتى الآن.

تاسعاً: التمكين

تعطي وسائل الاتصال الإلكترونية خياراتٍ معلوماتية واتصالية متعددة، وتمنح المستخدم القدرة والحرية في اختيار المادة، أو اختيار الشكل المقدمة به، فهذه الوسائل تقبل أن يبسط المتلقي نفوذه على المادة، وعلى عملية الاتصال ككل, من خلال الاختيار ما بين النص، والصورة، والصوت الموجود مع المحتوى المعلوماتي، ومن خلال الاختيار من بين كمٍ كبير من المعلومات، ما يتناسب مع اهتماماته، وتفضيلاته، على عكس ما يحصل في وسائل الاتصال والإعلام التقليدية، التي تفرض في كثير من الأحيان، الشكل والمحتوى المعلوماتي المقدم.



وقد أدى ذلك إلى ظهور مصطلحاتٍ ومفاهيم جديدة تتعلق بالمتلقي، مستخدم هذه الوسائل الاتصالية، فهو نشيط، وفعال، ومسيطر، ومتحكم، وقائد لعملية الاتصال الإلكترونية، فهو يعرف ما يريده، ويدرك دوافع استخدامه لهذه الوسائل وطرق إشباعها، وفي هذا اتفاق كبير مع الكثير من نظريات التأثير (الاستخدامات والإشباعات، والاعتماد على وسائل الإعلام)، والتي تنطلق من فكرة أن السلبية لم تعد صفة ملازمةٍ للتعرض للوسائل الاتصالية، بل إن الجمهور الحالي يملك الوعي والإدراك بعملية الاتصال التي يقوم بها.

الخلاصة

رغم أهمية التفاعلية كواحدة من خصائص وسائل الإعلام الإلكترونية وارتباطها بمسمى الوسائل نفسها، لكنها ليست الخاصية ولا السمة الوحيدة لهذه الوسائل، فقد أشار الدارسون إلى خواص أخرى لهذه الوسائل لا تقل أهميةً عن التفاعلية، ومنها: تنوع الخدمات الاتصالية المقدمة عبرها، بين مضامين مختلفة في شتى مجالات الحياة، وبين أشكال اتصالية جديدة، صوت، وصورة، ونص ورسوم، وتكامل الخدمات الاتصالية والمعلوماتية التي تقدمها، بين تنزيل، وإرسال، وطبع ونسخ، وتجاوز حدود الزمان والمكان، عبر إجراء الاتصال هذه الوسائل في أي مكان، وأي زمان، وتجاوز الحدود الثقافية، والمتمثلة في قدرة هذه الوسائل على تحقيق تواصل الأفراد من مختلف الثقافات والخلفيات المعرفية، وتخطي الحدود التي تفصل بين الحضارات والثقافات، والاستغراق في استخدام هذه الوسائل نتيجة التنوع الكبير في المعلومات التي تقدمها. وقد أضافت هذه الخواص لهذه الوسائل قدرات إضافية مكنتها من تحقيق العديد من الأهداف والوظائف الاتصالية التي يرغب المتلقي تحقيقها.

هذا بالإضافة إلى خواص أخرى كخاصية استخدام الوسائط المتعددة Multimedia، والمتمثلة في استخدام النص المكتوب، مع الصورة المتحركة والثابتة، مع مقاطع الفيديو، مع المقاطع الصوتية، في تقديم المحتوى الإعلامي المقدم في هذه الوسائل، واستخدام النص الفائق أو المتشعب، Hypertext، وخاصية التمكين التي نتجت عن توافر أدوات التفاعل، والتحكم، والتجول الحر، والتي مكنت المتلقي من التحكم في عملية الاتصال الإلكتروني، والسيطرة عليها.

التمارين

اختر الإجابة الخاطئة:

a) يقصد بالتنوع كواحدة من خصائص وسائل الاتصال الإلكترونية، تكامل الخدمات الاتصالية المقدمة، من نسخ، وطبع وحفظ، وإرسال.

b) تم تطوير النص المتشعب في السبعينات من القرن الماضي.

c) المجتمعات الافتراضية يتم فيها مناقشة الموضوعات المشتركة والدفاع عنها.

d) تزيد الوسائط المتعددة من خبرات المتلقي في التعامل مع وسائل الاتصال الإلكترونية.

e) من المصطلحات المعبرة عن المتلقي المستخدم لوسائل الاتصال الإلكترونية، المتحكم والمسيطر.

f) تختلف الشخصنة عن التفتيت كواحدة من خصائص وسائل الاتصال الإلكترونية، في توجيه رسائل محددة للجمهور المتلقي.

g) يقصد بالتنوع، كخاصية من خصائص وسائل الاتصال الإلكترونية، تنوع أشكال الخدمات الاتصالية، والخدمات المعلوماتية.

الإجابة الصحيحة: a_b

المراجع

1- أبو عيشة، فيصل، (2010)، **الإعلام الإلكتروني**، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

2- الرحباني، عبير، (2012)، **الإعلام الرقمي، الإلكتروني**، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

3- تربان، ماجد سالم، (2008)، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"**، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

4- شفيق، حسنين، (2010)، **الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية**، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

5- شفيق، حسنين، (2010)، **الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت**، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

6- عبد الحميد، محمد، (2007)، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

7- مكاوي، حسن عماد، وعلم الدين، محمود، (2009)، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال**، (ط.1)، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.

وسائل الاتصال الإلكترونية- الإنترنت (1)

أولاً: مقدمة عن مفهوم الإنترنت

أحدث ظهور الإنترنت ثورةً في عالم الإعلام والاتصال، وشكّلت هذه الوسيلة النواة الأولى للعديد من الوسائل والتطبيقات، التي اعتبرت أدوات اتصالٍ إلكترونية بحد ذاتها، كالصحافة الإلكترونية، والمواقع الإلكترونية، والمدونات وغيرها من الوسائل، وقد فاجأت الإنترنت التي أنشأت لأهدافٍ عسكرية، صانعيها أنفسهم، في تحولها إلى وسيلة اتصال جماهيرية، تتمتع بالعديد من الخصائص والسمات التي أثرت بشكلٍ كبيرٍ على سرعة استخدامها، والاعتماد عليها كمصدرٍ أساسي ورئيسي للحصول على المعلومات والأخبار.



في هذه الوحدة سيتم التعرف على شبكة الإنترنت، كيف نشأت، وما أسباب إنشائها، وما أسباب تحولها لوسيلة اتصالٍ جماهيرية تنافس وسائل الاتصال التقليدية، ولا سيما التلفزيون، كما سيتم التعرف على مكونات وعناصر هذه الشبكة، وعلى القضايا التي يثيرها وجود الإنترنت.

ثانياً: الإنترنت، النشأة والتطور

الجيل الأول:

نشأت فكرة الإنترنت كنظام استطلاع عسكري لدى الجانب الأمريكي أيام الحرب الباردة، بين القطبين القويين آنذاك، الولايات المتحدة الأمريكية، والاتحاد السوفيتي، وذلك تحسباً لاحتمال تدمير أي مركز من مراكز الاتصال الحاسوبي المعتمدة، بضربة صاروخية سوفيتية، مما يؤدي إلى شلل الشبكة الحاسوبية بكاملها، وحرمان القيادة الأمريكية من الإسناد المعلوماتي.

وكان 2 يناير/كانون الثاني، 1969، هو موعد انطلاق شبكة الإنترنت من قبل الحكومة الأمريكية، وقد قامت وزارة الدفاع الأمريكية بربط أربعة معامل أبحاث، حتى يستطيع العلماء تبادل المعلومات والنتائج، وقامت بتخطيط مشروع شبكة اتصال من حواسيب يمكنها الصمود

أمام أي هجمةٍ سوفيتية، وذلك إثر إطلاق روسيا لأول مرة، قمر اصطناعي سبوتنيك "sputniks satellite" عام 1957م.

وقد صُممت شبكة الإنترنت كنظام لا مركزي يمكنه البقاء حتى لو تعطل جزء منه، وقد أصبحت خاصية اللامركزية من أهم خصائص الإنترنت الثقافية والتكنولوجية، وأطلق على هذه الشبكة، وكالة مشاريع الأبحاث المتطورة "Arpanet"، واعتبرت إحدى الوكالات التي تتبع وزارة الدفاع الأمريكية بغرض:

- إتاحة الفرصة للعلماء والباحثين لتبادل المعلومات ونتائج التجارب العلمية.
- ولتيسير التعاون في الأوراق العلمية التي يقدمها زملاؤهم، أو التعاون مع وزارة الدفاع الأمريكية في مراكز البحوث والجامعات لإجراء دراسات وبحوث متنوعة، وذلك بربطهم من خلال الحاسبات الآلية القليلة العدد والتي كانت موجودة في الجامعات ومعامل الأبحاث، حتى يتمكنوا من التعامل مع بعضهم البعض عبر هذه الشبكة من الحاسبات الآلية.

وحتى نهاية عقد السبعينات، تم تطوير مجموعة من القواعد والنظم والإجراءات المشتركة، التي تعمل من خلالها شبكة الإنترنت، بحيث تجعل الكمبيوترات تتحادث وتتبادل المعلومات مع بعضها، وأطلق عليها اسم بروتوكول "protocol"، حيث كان المقياس الأصلي للاتصال عند "ARPA"، يعرف ببروتوكول السيطرة على الشبكة "NCP: Network Control Protocol "، ولكن مع مرور الوقت وتقدم التقنية، تم تغيير بروتوكول (NCP) إلى بروتوكولٍ آخر أكثر دقة وأرفع مستوى، وذلك في عام 1982، وهو بروتوكول " TCP/IP: Transmission Control Protocol/Internet Protocol".

وبذلك انطلقت شبكة الإنترنت من مشروع ناشئ إلى شبكة عالمية، وشهدت هذه الفترة أيضاً بداية تكنولوجيا التخزين "Store"، والاسترجاع "Forward" للمعلومات، واستخدام البريد الإلكتروني "Electronic Mail" عام (1972)، وهي الخدمة الأكثر استخداماً على الإنترنت.

وفي العام نفسه انفصلت شبكة الإنترنت إلى جزأين مختلفين هما:

1- Arpa Net: وتختص بمهمة الاتصالات غير العسكرية.

2- Mil Net: أصبحت الشبكة العسكرية التابعة لوزارة الدفاع الأمريكية.

ولكن ظلت إمكانية تبادل المعلومات والاتصال بين الشبكتين متاحة، وعرف هذا الاتصال باسم "الإنترنت".

الجيل الثاني Web:

يشير هذا المصطلح لجيل جديد من الإنترنت اعتمد بشكلٍ أساسي على أحد الخدمات المتاحة على الشبكة، وهي خدمة الـ Web، وهي طريقة لتنظيم المعلومات، يستطيع أي جهاز كمبيوتر متصل على الشبكة الوصول إليها، وذلك من خلال بروتوكولات النصوص التشعبية http: Hypertext Transfer Protocol.

عناصر نظام الـ web:

طور هذا النظام Tim Berners-Lee، بحيث تضمن ثلاث عناصر:

- طريقة لإعطاء كل موقعٍ عنواناً مميزاً، وتدعى صيغة الـ URL: Uniform Resource Locator، وفي هذه الصيغة يصبح لكل عنوان موقع تعريف محدد ب:
  1. البروتوكول المسؤول عن نقل ملفاته.
  2. والخدمة التي تتيحها تصفح هذا الموقع.
  3. والخادم الذي هو عبارة عن اسم الموقع.
  4. ثم مجال هذه الخدمة، وتتنوع هذه المجالات بين تجاري Com، وتعليمي Edu، وحكومي Gov، وغيرها، مثال ذلك اسم موقع محرك البحث Google، وهو: http://www.google.com.
- بروتوكول لنقل البيانات والمعلومات المترابطة، مثل بروتوكول الـ http، وهو بروتوكول نقل ملفات النص المتشعب أو الفائق.
- لغة لترميز البيانات والمعلومات، وهي لغة الـ HTML: Hypertext Markup Language، واتسمت هذه اللغة بالبساطة وعدم الحاجة إلى الترقية، بمعنى أن أي إصدارات حديثة لهذه اللغة لا يمكن أن تلغي الإصدارات القديمة.

سمات الـ WEB:

تتسم الـ Web باللاخطية، إذ يستطيع كل متلقي أو مستخدم أن يصل إلى أي صفحة من صفحاتها عبر الارتباطات التشعبية، واختيار المسار الذي يريد، كما تتيح التفاعل والتواصل مع القائم بالاتصال، لإبداء الرأي والملاحظات والاستفسارات، فهي في النهاية ليست معلومات مترابطة فقط، بل هي سلوك تفاعلي بين المادة المقدمة والمتلقي.

وهذه الخدمة هي الوحيدة التي تتيح التعامل مع الرسوميات، من خلال قدرة برامج التصفح المتعاملة معها على تحقيق ذلك، كل ذلك أدى إلى تزايد شعبية الإنترنت والـ Web.

ثالثاً: تواريخ مهمة في نشأة الإنترنت

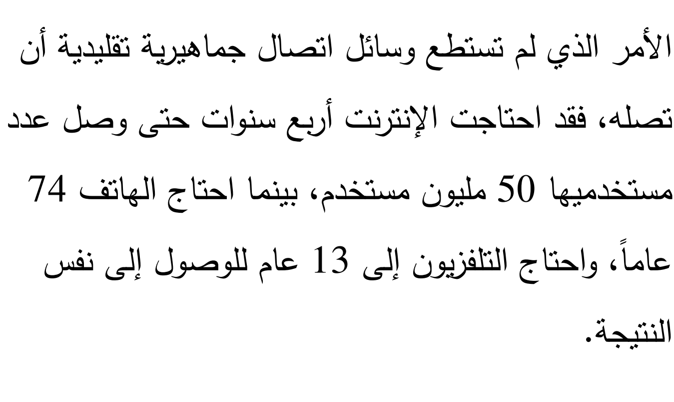
مرت شبكة الإنترنت خلال نشأتها بمراحل تطور تقنية، أدت إلى إدخال العديد من التحديثات والتطبيقات التي ساهمت في تحسين أدائها، وتحسين خدماتها الاتصالية والمعلوماتية، ومن أبرز هذه التطورات:

- في عام 1969، وضعت أول أربعة نقاط اتصال لشبكة الإنترنت (Arpanet) في مواقع جامعات أمريكية.
- في عام 1972، اخترع Ray Tomlinson، البريد الإلكتروني.
- في عام 1979، ظهرت الـ Usenet’s، والتي تعتبر إحدى وسائل الإنترنت المتخصصة بالأخبار.
- في عام 1981، ظهر مفهوم القوائم البريدية Mailing Lists.
- في عام 1982، تم استبدال بروتوكول الـ NCP، ببرتوكول الـ TCP/IP.
- في عام 1993، تم اختراع الـ Web.
- في عام 1993، تم ظهور متصفح الإنترنت MOSAIC.

رابعاً: تعريف شبكة الإنترنت

- شبكة الإنترنت كما يعرّفها الباحثون في مجال الاتصال، هي شبكة اتصال جماهيرية كبيرة جداً وغير مركزية، تربط مجموعة كبيرة من شبكات الحاسب الآلي المنتشرة في أنحاء العالم، حيث تتبع كل شبكة جهةً مستقلة كالجامعات، ومراكز الأبحاث، والشركات وغيرها.
- شبكة الإنترنت كما يعرّفها البعض، هي وسيلة اتصالٍ جماهيرية حديثة لنقل الأخبار والمعلومات إلكترونياً، عن طريق شبكة الحاسب الآلي المتصلة بالهاتف أو الألياف الضوئية، ويمكن من خلالها نشر واستقبال الأخبار والمعلومات والصور بأسلوبٍ سهلٍ ومريح.
- شبكة الإنترنت هي شبكة كمبيوتر عالمية تربط ملايين أجهزة الكمبيوتر في العالم، تسمح لمستخدميها بحرية اختيار ما يريدون من خدمات اتصاليةٍ ومعلوماتية.

وقد أدى هذا التشابك والانتشار الواسع لشبكة الإنترنت، إلى ازدياد عدد مستخدميها حتى وصل في عام 2014، إلى حوالي ثلاث مليارات مستخدم، وذلك خلال سنوات قصيرة من عمرها، وهو الأمر الذي لم تستطع وسائل اتصال جماهيرية تقليدية أن تصله، فقد احتاجت الإنترنت أربع سنوات حتى وصل عدد مستخدميها 50 مليون مستخدم، بينما احتاج الهاتف 74 عاماً، واحتاج التلفزيون إلى 13 عام للوصول إلى نفس النتيجة.



ولقد بدأت الإنترنت تقدم خدماتها بشكلٍ فعلي للناس في عام 1985، لكن استخدامها بشكلٍ واسع لم يبدأ إلا في بداية التسعينات، مع ظهور الـ WWW: World Wide Web، على يد Tim Bernar Lee، عام 1993، والذي اعتبر كما سبق ذكره، ثورة ثانية في ظهور الإنترنت، كما أضاف إطلاق

المتصفح MOSAICK، على يد Lee نفسه ميزات أخرى لشبكة الإنترنت، فأصبحت أكثر انتشاراً واستخداماً وقرباً من الناس، لكنه أدى إلى الخلط ما بين الإنترنت وما بين شبكة أو خدمة الـ Web.

وشبكة الإنترنت ليس لها مركزٌ رئيسي، ولا إدارة رئيسية موحدة، بل تدار من خلال آلاف شبكات الكمبيوتر التابعة للأفراد والشركات، كلٌ منهم يقوم بتشغيل جزءٍ منها، وتتعاون مع غيرها من الشبكات لتوجيه حركة المعلومات حتى تصل لكلٍ منهم.

خامساً: مكونات وعناصر شبكة الإنترنت

تتكون شبكة الإنترنت من مجموعة من أجهزة الكمبيوتر المترابطة عبر شبكات، يصل عددها إلى أكثر من ست ملايين شبكة كمبيوتر منتشرة في بقاع الأرض المختلفة، ويتركز 60% من هذه الشبكات في الولايات المتحدة الأمريكية، و26% منها في أوربا، وتتقاسم بقية دول العالم، بقية نسبة الـ100%.

وشبكة الإنترنت عبارة عن تجمع ثلاث مكوناتٍ أساسية، وهي:

1-المعلومات Information:

تحوي شبكة الإنترنت العديد من أنواع المعلومات، والتي يمكن أن توجد في الصحف، والمجلات، والنشرات، والكتب، والدوريات الإلكترونية، والمراجع والتقارير الإلكترونية، قواعد البيانات البيلوغرافية، والنصية، والإحصائية، والأدلة، والصور المتحركة والثابتة، ومعلومات مسموعة ومرئية، بث إذاعي وتلفزيوني وتسجيلات فيديوية.



2-أجهزة الكمبيوتر Computers:

تشكل أجهزة الكمبيوتر الجزء الهام والرئيسي في شبكة الإنترنت، فشبكة الإنترنت أصلاً نشأت من ترابط هذه الأجهزة، وهي تشمل:



- المكونات والتجهيزات المادية، مثل الكمبيوتر على اختلاف أشكاله، الكمبيوتر الشخصي، الكمبيوتر المحمول، الأجهزة اللوحية، الهواتف الذكية وغيرها.
- كما تشمل ملحقات وتجهيزات ضرورية، مثل: بروتوكولات الضبط، برامج التصفح مع وسائل الاتصال كشبكة الـ Web.

3-تقنيات الاتصال Communication:

وتشمل هذه التقنيات: المعدلات Modems، ذات السرعات المختلفة، الخطوط الهاتفية الداخلية والخارجية، الألياف البصرية Fiber Optics، والأقمار الصناعية Satellites، ووسائل وتقنيات اتصال أخرى.



سادساً: أسباب اعتبار الإنترنت وسيلة اتصالٍ جماهيرية

اختلف الباحثون لسنوات عدة في تقييم الإنترنت، هل هي وسيلة اتصالٍ جماهيرية، أم مجرد وسيطٍ اتصالي يقدم ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية، إلى أن اعتبرت في الوقت الحالي وسيلة اتصال جماهيرية، إذ نظر إليها البعض في السابق، على أنها وسيلةً لبث المعلومات والمضامين التي تبثها وسائل الاتصال التقليدية، ويدللون على ذلك بالنسخ الإلكترونية لكثيرٍ من الصحف المطبوعة التي ظهرت على شبكة الإنترنت.

واعتبرها آخرون وسيلة اتصالٍ تقدم جملةً من المضامين والخدمات التي لم تستطع الوسائل القديمة تقديمها في وسيلة واحدة، كالاستماع للموسيقى، وقراءة الأخبار، ومشاهدة لقطات فيديو، وإرسال بريد، والبحث عن معلومات ومقالات، ودراسات وأبحاث، والمشاركة في ندوات أو مؤتمرات، لكنها من ناحية الشكل لم تبتكر شكلاً أو لغةً جديدة، بل كانت امتداداً للشكل المقدم في وسائل الاتصال الجماهيرية، باستخدام النص والصوت والصورة.

وقد أجريت العديد من الدراسات لفحص ودراسة المضمون والشكل المقدم في شبكة الإنترنت، وتوصلت هذه الدراسات إلى أن شبكة الإنترنت تتيح العديد من الأشكال والمضامين، التي تؤهلها لتكون وسيلة اتصالٍ جماهيرية متعددة، وقد أوردت بعض الدراسات أشكال هذا الاتصال وذكرت أنه يتنوع بين:

- اتصال متزامن: باستخدام العديد من التطبيقات والخدمات الاتصالية المتزامنة.
- اتصال غير متزامن من فرد لآخر: كما يحصل عند استخدام البريد الإلكتروني.
- اتصال غير متزامن من مجموعة إلى مجموعة من الأفراد: كما يحصل في المجموعات الإخبارية.
- اتصال غير متزامن للفرد عند الرغبة بالحصول على المعلومات.

وأكدت هذه الدراسات أيضاً، أن هذه الوسيلة تقوم بأداء العديد من الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال التقليدية، كتقديم الأخبار والمعلومات، والتسلية والترفيه، والإعلان والترويج، ومختلف الوظائف الأخرى، التي أصبح أداءها عبر شبكة الإنترنت أكثر تطوراً وأعلى مستوىً.

مبررات اعتبار الإنترنت وسيلة اتصال جماهيرية:

1. الحجم الضخم للمستفيدين بوظائف الشبكة الذي يصل إلى مئات الملايين، ويتزايد بنسب كبيرة عاماً بعد عام.
2. تتعدد الوظائف التي أصبحت تؤديها الشبكة، وأهمها الإعلام، والمعلومات، والترفيه، والإعلان، ثم انتشر معها التعليم عن بعد On Line Learning، وغيرها من الوظائف.
3. حجم الجمهور الكبير المنتشر والمائل نحو التخصص في فئات تستهدفها ملايين المواقع المتخصصة على الشبكة، وهذا الجمهور وإن كان غير معروف للقائم بالاتصال، إلا أن المستهدف هو اهتمامه، وهو ما دعا نحو التجزئة Demassification، في وسائل الاتصال الجماهيري شأنها في ذلك شأن جمهور شبكة الإنترنت.
4. بالإضافة إلى ذلك، فإن جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية ومستخدمي شبكة الانترنت، غير معروف للقائم بالاتصال، وكذلك القائم بالاتصال في شبكة الانترنت غير معروف للجمهور سوى أنه مصدر المعلومات أو مالك الموقع على الشبكة.
5. تنوع محتوى المضمون أو الرسائل الاتصالية في الموقع الواحد، أو في مجموع المواقع الموجودة على الشبكة بتنوع الوظائف وتنوع جمهور المستفيدين.
6. الاعتماد على الوسائل الإلكترونية والآلية، ويقابلها في شبكة الإنترنت الوسائل الرقمية، في الوصول إلى فئات جماهير المستفيدين كبيرة الحجم، المنتشرة والمتباينة السمات كما هو الحال في وسائل الاتصال الجماهيري.

بذلك اعتبرت الإنترنت وسيلة من وسائل الاتصال بالجماهير، خاصةً وأن وظائف الإعلام بذاتها أصبحت جزءاً هاماً من الوظائف المتعددة التي تقوم بها المواقع الإعلامية المتخصصة على الشبكة، مثل صحافة الشبكات Online Journalism، والتي أصبحت تختلف كثيراً عن الصحافة المطبوعة والتلفزيونية، بعد أن اكتسبت الخصائص المميزة للاتصال الرقمي من خلال الشبكات، وأهمها التفاعلية وتدعيم دور الجمهور في الاتصال بالمواقع الإعلامية على شبكة الإنترنت.

سابعاً: القضايا التي تثيرها الإنترنت كوسيلة اتصالٍ جماهيرية

وقد أثار اعتماد شبكة الإنترنت، وسيلة اتصالٍ جماهيرية، العديد من القضايا التي تتعلق بالمحتوى والمضمون الإعلامي الذي تقدمه والطبيعة الاتصالية لهذه الوسيلة، ومن هذه القضايا:

1. **مصداقية هذه الوسائل:** حدد الباحثون خلال الفترة الزمنية الطويلة لظهور وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، المعايير والضوابط التي تحكم مصداقيتها وموضوعيتها، لكن شبكة الإنترنت عانت ولوقتٍ طويل، من غياب المعايير التي تحكم مدى مصداقية المحتوى الإعلامي الذي تقدمه، نظراً لتنوع هذا المحتوى، وللطبيعة التقنية لهذه الوسيلة، والتي تسهل عملية التعدي والاقتباس والتزييف والتحريف، دون مراعاةٍ لحقوق الملكية الفكرية للمؤلفين والمحررين، حتى باتت النظرة العامة لما يقدم على شبكة الإنترنت وكل تطبيقاتها، تقوم على التشكيك بأغلب المعلومات المقدمة وبمصادرها، والمثال الواضح على ذلك موسوعة الـ Wikipedia، إلى أن تم وضع معايير تحكم تقييم جودة المعلومات المقدمة على شبكة الإنترنت، والتي تتعلق بـ:

- المسؤولية الفكرية لمقدم هذه المعلومات، أو السلطة الفكرية: وتعني وجود اسم المؤلف، ووضوح هويته، وإمكانية الاتصال به، ووضوح جهة النشر.
- المضمون: وضوح الهدف، وكفاية التغطية، والموضوعية، والملائمة للجمهور، واستقرار المعلومات، وغيرها.
- دقة المحتوى: وجود مراجع، والخلو من الأخطاء.
- الحداثة: والتي تظهر من خلال وضوح تاريخ النشر أو التأليف، وحداثة المعلومات، ووضوح تاريخ آخر تحديث، وحداثة الروابط المتوفرة في المعلومات.
- التغطية: والتي تتعلق بمقدار ما يشمله المحتوى، كما تتعلق بما إذا كان الموضوع منتهياً، أم لم يكتمل.

كما تم إضافة معايير أخرى فرضتها شبكة الإنترنت نفسها، وتشمل:

- استخدام الروابط الفائقة.
- استخدام الإطارات.

- استخدام محركات البحث.
- التسويق الموجه لصفحات الويب.
- مزج الترفيه و المعلومات والإعلانات.
- متطلبات البرامج للوصول إلى المعلومات.
- عدم استقرار صفحات الويب.
- تعرض صفحات الويب للتغيير والتعديل.

2. **الجمهور:** يمكن التعرف على جزءٍ كبيرٍ من جمهور الإنترنت المستخدم لبعض التطبيقات، لكن هناك جزءٌ آخر لا يمكن التعرف عليه، نظراً لإمكانية إخفاء هوية المستخدم أو المتلقي عبر هذه الوسيلة، وهذا الأمر يفتح أمام الباحثين العديد من القضايا المتعلقة بهوية الجمهور، وإمكانية التعدي على المعلومات، وإمكانية ارتكاب المخالفات، وحتى الجرائم عبر هذه الشبكة، وغيرها من القضايا.

3. **التفاعلية:** بقدر ما تحظى شبكة الإنترنت بأدوات التفاعل والتواصل مع الجمهور المتلقي، وبين المتلقين أنفسهم، بقدر ما يكثر الحديث عن أن التفاعل فيها يظهر بمعدلاتٍ مختلفة، ولا يتم توفيرها وحتى لا يتم استخدامها في كثير من الأشكال، فهناك الأشكالٍ الاتصالية غير التفاعلية، والأشكال شبه التفاعلية، والأشكال التفاعلية تماماً، وهذا ما دعا الباحثون إلى إعادة التفكير بهذه الخاصية.

الخلاصة

أدت التطورات التقنية التي شهدها منتصف القرن التاسع، إلى ظهور العديد من الوسائل الاتصالية التي غيرت مفهوم عملية الاتصال بشكل كبير، وإلى إدخال مفاهيم جديدة لعالم الاتصال، سواء تلك المتعلقة بالوسيلة، أم المرسل، والمتلقي. وتعتبر شبكة الإنترنت، النموذج الأول لهذه الوسائل، وهي التي نشأت نتيجة تزاوج تكنولوجيا الاتصالات (الأقمار الصناعية، الاتصالات اللاسلكية)، وتقنيات المعلومات (الكمبيوتر، وشبكات المعلومات).

وقد مضى وقت على ظهور الإنترنت، قبل أن يعتبرها الباحثون في مجال الاتصال والإعلام، وسيلة اتصالٍ جماهيرية، فقد ظلت ولوقتٍ طويل وسيلةً للتواصل، والاتصال بقواعد البيانات، وبعض المواقع الإلكترونية، وذلك بفضل البريد الإلكتروني، وغرف الدردشة أو المحادثة، والمجموعات الإخبارية، وغيرها من التطبيقات، إضافةً إلى وجود العديد من النسخ الإلكترونية للعديد من الصحف الورقية، إلى أن أصبح لهذه الوسائل، وذلك في أوائل التسعينات، مواقع خاصة على شبكة الإنترنت، وظهرت كذلك مواقع ليس لها أصل ورقي، أو إعلامي على شبكة الإنترنت، وازداد عدد المقبلين على استخدام هذه الوسيلة بحيث تجاوز عدد مستخدميها الملياري مستخدم ونصف، فأصبحت وسيلة اتصال وإعلام جماهيرية، تتمتع بالعديد من الخصائص والميزات، كالسرعة في الحصول على المعلومات الآنية والسرية، وإمكانية نقل أشكالٍ مختلفة من المعلومات، نصية، ومرئية وصوتية، كما تلبي العديد من الحاجات والدوافع، بنفس القدر الذي تحقق حاجات وأهداف، القائمين على مواقع هذه الشبكة.

التمارين

1- اختر الإجابة الصحيحة:

نشأت الإنترنت كمشروع عسكري تابع لوزارة الدفاع الأمريكية، في عام:

A. 1966

B. 1969

C. 1972

D. 1985

الاجابة الصحيحة: D. 1985

2- اختر الإجابة الصحيحة:

تتكون الإنترنت من العناصر والمكوناتٍ التالية:

A. الاتصالات، والمعلومات.

B. المعلومات، وأجهزة الكمبيوتر.

C. أجهزة الكمبيوتر، وشبكات الاتصال.

D. أجهزة الكمبيوتر، والمعلومات والاتصالات.

الاجابة الصحيحة: D. أجهزة الكمبيوتر، والمعلومات والاتصالات.

3- اختر الإجابة الصحيحة:

من القضايا التي يثيرها ظهور الإنترنت:

A. إمكانية التطوير والتحديث

B. توفر المهارة اللازمة للاستخدام

C. المصداقية والموضوعية

الاجابة الصحيحة: C. المصداقية والموضوعية.

المراجع

1- تربان، ماجد سالم، (2008)، **الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"**، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

2- شفيق، حسنين، (2010)، **الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية**، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- شفيق، حسنين، (2010)، **الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت**، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

4- مكاوي، حسن عماد، وعلم الدين، محمود، (2009)، **تكنولوجيا المعلومات والاتصال**، (ط.1)، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.

5- أبو عيشة، فيصل، (2010)، **الإعلام الإلكتروني**، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

6- الرحباني، عبير، (2012)، **الإعلام الرقمي، الإلكتروني**، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

7- عبد الحميد، محمد، (2007)، **الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت**، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

8- محمد الهادي، محمد/ وجودت صالح، مصطفى، **معايير جودة المحتوى الإلكتروني، متاح على بوابة تكنولوجيا التعليم: www.mostafa-gawdat.net**، استرجعت بتاريخ 28 فبراير/ شباط 2015.

9- بخيت، السيد، (2004)، **الإنترنت وسيلة اتصالٍ جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية**، (ط.1)، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.

10- عماد مكاوي، حسن، (1993)، **تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات**، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

11- بعزيز، إبراهيم، (2012)، **الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة**، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

12- سيد حسين، فاروق، (2002)، **الإنترنت، شبكة المعلومات**، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب.

13- بن عبد العزيز حافظ، عبد الرشيد، وعلي الضحوي، هدى، **مصادر المعلومات المتاحة على شبكة الإنترنت: معايير مقترحة للتقويم**، متاح على: **http://www.journal. cybrarians. org/index.php**، استرجعت بتاريخ 24 فبراير/ شباط 2015.

الوحدة التعليمية الخامسة

وسائل الاتصال الإلكترونية- الإنترنت (2)

أولاً: مقدمة عن مفهوم الإنترنت

تتمتع شبكة الإنترنت بالعديد من السمات والخصائص التي جعلتها قادرة على أداء العديد من الوظائف والخدمات، التي تلبي حاجة الجمهور واهتماماته المتطورة والمتجددة باستمرار، الأمر الذي جعل منها:



- وسيلة اتصال جماهيرية تتشابه إلى حدٍ بعيد مع وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، في الوظائف التي تؤديها، كوظيفة الإعلام والإخبار، والشرح والتفسير، والدعاية، والتعبئة والتجييش، والتسلية والترفيه، والإعلان والتسويق، وكذلك المساهمة في العملية التعليمية.

- وسيلة اتصال جماهيرية تدعم تقديم وظائف أخرى كإخراج المتلقي من عزلته التي فرضتها عليه وسائل الاتصال التقليدية، وكذلك المساهمة في إدماجه في مجتمعات افتراضية، تتجاوز حدود المكان، وتحقق له حرية الاختيار في اختيار المجموعات التي تتفق مع اهتماماته وتفضيلاته.

وهو ما ستعرضه هذه الوحدة، بالإضافة إلى التعرف على سمات شبكة الإنترنت من حيث سرية المعلومات التي تنقلها، وسرعة وسهولة نقلها، وقدرتها على نقل العديد من أشكال المعلومات النصية والصوتية والمرئية، وقدرتها أيضاً على إجراء الاجتماعات والمشاورات، كما ستعرض الوحدة بعضاً من الخدمات الكثيرة التي تقدمها شبكة الإنترنت، كخدمة البريد الإلكتروني، والمحادثة، والبحث في الأرشيف، وتوفير الألعاب، والكثير من التطبيقات المساعدة على أداء العديد من المهام.

ثانياً: وظائف الإنترنت

لم تخرج الوظائف التي تحققها شبكة الإنترنت، عن وظائف الإعلام والاتصال عموماً، لكنها دعمتها وحققتها بمستوىً أفضل مما استطاعت وسائل الاتصال التقليدية تحقيقه، كما حققت وظائف أخرى، ظهرت بفضل التطور التقني الكبير الذي تتميز به، وقدرتها على الانتشار والوصول السريع للجمهور، ويمكن عرض هذه الوظائف كما يلي:

1-تجاوز قيود العزلة والتواصل مع القائم بالاتصال ومع الآخرين: وهي العزلة التي فرضتها وسائل الاتصال والإعلام التقليدية لفترةٍ طويلة، من خلال الاتصال بالآخرين عبر برامج الحاسب أو من خلال الشبكات، حيث لا يتم الاتصال وجهاً لوجه ولكن من خلال المحادثات والحوارات والبريد الإلكتروني, ولا يعرف أطراف الاتصال بعضهم بعضاً، ولكن تجمعهم نفس الاهتمامات والحاجات الاتصالية، وبهذا يوسع الأفراد دائرة علاقاتهم واتصالاتهم.

ولكن يشير الباحثون إلى أنه بقدر ما تخرج شبكة الإنترنت جمهورها من قيود العزلة المفروضة عليهم، تدخلهم في عزلةٍ أخرى، تبعدهم اجتماعياً ونفسياً عن محيطهم

ومجتمعهم الواقعي، وذلك من خلال الاستخدام المكثف والمفرط وغير المرشد أحياناً، والذي يصل إلى حد الإدمان أحياناً.

2-تسهيل إنشاء المجتمعات الافتراضية: وفي ذلك الإطار تقوم شبكة الإنترنتVirtual Communities التي يجتمع أفرادها على أهدافٍ وقضايا واحدة، يسعون للدفاع عنها أو الترويج لها، كمناهضة العنصرية، والدعوة للديمقراطية، وتحرير الجنس، والنوع، وغيرها من القضايا والاهتمامات.

ويشير الباحثون في هذا المجال أيضاً، إلى أنه بقدر ما لهذه التجمعات الافتراضية من أهميةٍ في تجميع أفرادٍ لا يمكن أن يجتمعوا واقعياً، والتحاور والتفاعل في قضايا كانت محور خلافات وحروب أحياناً، بقدر ما تحمل هذه المجتمعات من مخاطر، خاصة لو كانت تحمل وتروج لأفكارٍ تتناقض مع أفكار وقيم واهتمامات المجتمع الواقعي الذي يعيشه الفرد.

3-الوظيفة الإخبارية والتحليلية: تقدم المواقع المنتشرة على شبكة الإنترنت معلوماتٍ كثيرةٍ، عن الوقائع والأحداث في الداخل والخارج، وهي بذلك تقدم وظيفة إخبارية تساعدها في ذلك سهولة الاتصال بها، وفورية الإعلام، كما يساعد استخدام الروابط التشعبية للعديد من الموضوعات والمعلومات الواردة في الأخبار والقصص الخبرية، ووجود العديد من المقالات والتحليلات والتفسيرات، في تحليل وتفسير الأخبار والمعلومات، وبذلك تقوم بوظيفة أخرى وهي تحليل وتفسير المعلومات.

4-الوظيفة التعبوية mobilization: وقد يتحقق مع الوظيفة الإخبارية الوظيفة التعبوية للأفكار التي تنادي بها أو مناهضة غيرها من الأفكار، وهذه الوظيفة تقوم بها المواقع بمعزل عن كل النظم والسلطات، وهي بذلك تسهم في تنمية المشاركة الديمقراطية، التي ترى ضرورة إتاحة الفرصة لكل الجماعات والأقليات في المجتمع

ممارسة حقوقها في الإعلام والاتصال.

5-وظيفة الدعاية: وتساهم المواقع المنتشرة على شبكة الإنترنت بتدعيم وظيفة الدعاية، للعديد من الاتجاهات الفكرية والسياسية والثقافية، التي تحمل في جانبها السلبي، الغزو الثقافي، والهيمنة الثقافية، والتبعية الثقافية، وطمس الهوية الحضارية والثقافية، وخاصة أن الفروع المضيفة للحاسبات على شبكة الإنترنت تصل إلى 90%، من 30 مليون فرع في أوروبا وأمريكا الشمالية، وهي دول الاحتكارات التي تبني مفاهيم العولمة بأبعادها المختلفة في الوقت الحالي.

6-تقديم المعلومات: بجانب الوظيفة الإخبارية والوظيفة الاتصالية، تتصدر شبكة الإنترنت باقي الوسائل في تقديم المعلومات Information في كافة المجالات، حتى أصبحت هذه التقنية مصدراً للمعلومات بالدرجة الأولى، وتتصدر هذه الوظيفة كافة الوظائف.

7-المساعدة في العملية التعليمية: وقد بدأ الحاسب نفسه بهذه العملية عبر برامج تعليمية كثيرة، فانتشرت كثيرٌ من المفاهيم في هذا المجال، مثل التعليم الفردي أو الذاتي، أو التعليم القائم على الكمبيوتر، أو التعليم بمساعدة الكمبيوتر، وقد اهتمت الحكومات بهذه الناحية وطورت الكثير من آليات استخدام الحاسب في التعليم.

وعند انتشار شبكة الإنترنت ساهمت أيضاً في العملية التعليمية، فظهرت مفاهيم التعليم عن بعد Distance Learning، والتعليم من خلال الإنترنت Online Learning, والتعليم الافتراضي Virtual Learning، والفصول الافتراضية Class Rooms Virtual، وغيرها من المفاهيم التي تشير إلى استخدام شبكة الإنترنت في التعليم، ويدعم الاتصال الرقمي استخدام الدوائر المغلقة المستخدمة في التعليم من خلال دوائر الفيديو التفاعلية، ومؤتمرات الفيديو، وحلقات النقاش.

ولا يقتصر التعليم على التعليم المنهجي، بل يتعداه إلى تعليم المهارات الحياتية المنتشرة في كثير من المواقع.

وقد بدأ التعليم عن بعد أو عبر الإنترنت في التسعينات، وأصبح الآن رافداً أساسياً للعملية التعليمية التقليدية، ومساعداً على تحديثها بشكلٍ كبير، وقد ساعد على ذلك توفير البنية التقنية اللازمة لاستخدام الإنترنت في أغلب المؤسسات التعليمية على اختلاف مستوياتها، والاعتماد عليها في المناهج التعليمية في كثير من الدول.

8-وظيفة الإعلان والتسويق: تعتمد أكثر مواقع الإنترنت في تمويلها على الإعلانات المصاحبة لعرض الصفحات والموضوعات، كما يوجد العديد من المواقع التي تهتم بشكلٍ خاص بالإعلان والترويج لبعض الخدمات والمنتجات، وتقوم أحياناً بعمليات البيع والشراء، والتجارة الإلكترونية المنتشرة بشكلٍ واسع عبر شبكة الإنترنت. وقد نجحت شبكة الإنترنت بأداء هذه الوظيفة، بفضل وجود العديد من التطبيقات ولا سيما البريد الإلكتروني.

9-وظيفة التسلية والترفيه: والتي تجذب أعمار مختلفة من المستفيدين عبر الكثير من المواد الترفيهية والألعاب التفاعلية، وعبر العديد أيضاً من المواقع الترفيهية المخصصة لهذه الغاية، سواء منها الفنية، أو الرياضية، أو الفكاهية.

10-الوظيفة السياسية: يمكن تحقيقها بسهولة عبر الإنترنت، إذ تساعد المعلومات الضخمة المتاحة عليها على اتخاذ العديد من القرارات والتشريعات السياسية بشكلٍ واعٍ ورشيد.

11- وظيفة التماسك والتواصل الاجتماعي: أصبحت وظيفة الإنترنت الأساسية، باستخدام العديد من التطبيقات التي تمكن الأفراد من التواصل تزامنياً أو بشكلٍ غير متزامن، كالبريد الإلكتروني، وغرف الدردشة والمحادثة، والمجتمعات الافتراضية، وغيرها من التطبيقات التي عززت هذا التواصل ودعمته بشكل كبير، وقد ساعد في ذلك ظهور مواقع التواصل الاجتماعي التي جمعت مستخدمي الإنترنت فيها، ومكنتهم من استعادة علاقاتهم وتدعيمها بشكلٍ مستمر.

12- وظيفة الرقابة: وتدعم شبكة الإنترنت أيضاً وظيفة الرقابة على مؤسسات المجتمع المختلفة، ورصد المخالفات وحالات الفساد التي يمكن أن تصيبها، ونشرها والتحذير منها.

ثالثاً: سمات وخصائص الإنترنت

يشير الباحثون إلى أن شبكة الإنترنت قامت بتحقيق وظائف الاتصال المختلفة وأهدافه المتنوعة، بفضل العديد من الخصائص والسمات التي تتمتع بها، والتي مكنتها من الأداء بجودةٍ أعلى، ووقتٍ أسرع، وبتكلفة أقل، ومن أبرز هذه السمات:

1-سرعة نقل وانتشار المعلومات:

تتميز شبكة الإنترنت ب:

- سرعة نقل وانتشار المعلومات من خلالها.
- وتوفر التقنيات الرقمية والتقنيات الاتصالية المكونة لهذه الوسيلة.
- إمكانية إرسال هذه المعلومات بشكل آني وسريع.



- تتغلب على كل عوائق التأخير التي كانت تعاني منها الوسائل التقليدية، كالبريد العادي، أو الفاكس، أو الصحف الورقية، أو حتى أحياناً الإذاعة أو التلفزيون.

2- سرية تبادل ونقل المعلومات:

لكل حاسب إلكتروني في شبكة الإنترنت، رقم خاص به Address، ويمكن للفرد أن يرسل أي رسالة إلى هذا الرقم، ليضمن أنها تخزنت داخل هذا الجهاز فقط، ولا يستطيع أي فرد آخر معرفة محتويات الرسائل إلا صاحب الجهاز المرسل إليه، وكذلك يستطيع المرسل معرفة ما إذا كان تم استقبال وقراءة الرسالة أم لا، وتاريخ ذلك، ويستطيع المرسل إليه أيضاً الرد الفوري على الرسالة.



3- تبادل المستندات والملفات:

تتيح شبكة الإنترنت إمكانية تخزين وإرسال واستقبال أي مستندٍ أو ملفٍ، بين أجهزة الحاسب الآلي المشتركة فيها، سواء كان هذا الملف خطاباً، أو مذكرةً، أو كتاباً من ألف صفحة، أو صورة، أو تسجيل صوت، أو فيديو، أو رسم هندسي، ولا يعاني هذا الملف من الضياع، ولا يتعرض للتلف أو الانتقاص.



4- الحديث والمشاورة وعقد المؤتمرات:

تمكن شبكة الإنترنت مستخدميها من إجراء المحادثات الفورية مع الآخرين، وعقد المؤتمرات، النصية والصوتية والمصورة عن بعد، ويستطيع كل فرد عبر هذه الشبكة استعمال برامج الاتصال الحديثة، لنقل الصوت والصورة ليسمعها ويراها الآخرون، وهم يتحدثون معه في الوقت نفسه من جميع بلاد العالم.



5- سهولة الاستعمال:

لا يحتاج استعمال شبكة الإنترنت إلى شراء حاسبات إلكترونية خاصة، أو أجهزة اتصال معقدة, فكل أجهزة الحاسب الإلكتروني، مهما كان نوعها أو حجمها أو سرعتها أو نظام تشغيلها، يمكن استخدامها للاتصال بشبكة الإنترنت طالما أمكن ربطها بخط تليفون, ولا يحتاج استعمال شبكة الإنترنت كذلك إلى مهارةً عالية في الاستخدام، ولا إلى مستوى علمي أو فني متطور للتشغيل.



رابعاً: الخدمات التي تقدمها شبكة الإنترنت

تقدم شبكة الإنترنت عدداً كبيراً من الخدمات الاتصالية لا حصر لها، ذكر الباحثون بعضها كوظائف تقوم بها هذه الوسيلة، وبعضها الآخر خدمات معلوماتية واتصالية متنوعة، تسهل للمتلقين الحصول على المعلومات بسرعة وسهولةٍ فائقة، ومن أكثر الخدمات استخداماً من قبل جمهور الإنترنت، نذكر:

1-خدمة البريد الإلكتروني E-Mail:

يعتبر البريد الإلكتروني إحدى وسائل تبادل الرسائل بين الأفراد مثل البريد العادي, ولكن بسرعة وكفاءة وفاعلية باستغلال إمكانيات الشبكة المختلفة, وتتيح هذه الخدمة إرسال نفس الرسالة لعدد كبير من المشتركين، بصورة سهلة وسريعة, أو إرسال أشكال مختلفة من الرسائل النصية، والصوتية، والمرئية.

2-خدمة نقل الملفات FTP:

وهي خدمة لنقل الملفات بين الحاسبات المختلفة، عن طريق بروتوكول خاص بذلك يسمى FTP File Transfer Protocol، ويمكن أن تحتوي الملفات التي يمكن نقلها، على النصوص أو الصور أو الفيديو، أو البرامج التي يمكن تنفيذها على الحاسبات المختلفة، والتي يوزع معظمها مجاناً على الشبكة, وهناك العديد من قواعد البيانات على شبكة الإنترنت، والتي تحتوي ملفاتٍ يمكن نقلها، وتبادلها، وتتناول تطبيقات كثيرة في جميع الأنشطة الإنسانية.

3-الويب WEB:

تعتبر الويب أو WWW: World Wide Web، من أهم التطورات التي حدثت في شبكة الإنترنت, وتستخدم الويب أسلوب النص الفائق القدرة أو المترابط Hypertext لنشر النصوص، ويتيح هذا الأسلوب البحث في وثائق معقدة داخل الشبكة, وتساعد روابط النص الفائق، الويب في تتبع الأفكار والموضوعات من صفحة ويب Web page، إلى صفحة أخرى بغض النظر عن ما إذا كانت هذه الصفحة مخزنة في الحاسب نفسه على خادم الويب Web server، أو موزعة على خدمات أخرى منتشرة في أنحاء العالم، ولهذا فهي تسمح للمستخدمين بالقفز بسرعة من مصدر للمعلومات إلى آخر بمجرد الضغط على زر الفأرة, بصرف النظر عن أماكن تخزين هذه النصوص، فهي غالباً ما تكون موزعة في العديد من أجهزة الحاسبات المربوطة بشبكة الإنترنت المنتشرة في جميع أنحاء العالم.

4-المحادثة Talk:

وتسمح هذه الخدمة بفتح خط اتصال بين حاسب مستخدم، وحاسب مستخدم آخر على الإنترنت, ومن خلال هذا الخط يمكن كتابة رسائل له، واستقبال رسائل منه, ويتم التحدث في الوقت نفسه دون تداخل بين الرسائل المرسلة والمستقبلة من المستخدم الآخر, وذلك مهما كان بعد المستخدمين عن بعضهما.

5-خدمة مجموعات المناقشة Usenet:

ويطلق عليها مجموعات المناقشة Discussion Groups، ويستطيع مستخدم الإنترنت من خلالها تقديم أي استفسار، وطلب أي معلومات, وفي الوقت نفسه تقديم أي معلومات يرى المستخدم أنها مفيدة لمجموعة المناقشة حتى تستفيد منها باقي المجموعة, وتحتوي شبكة الإنترنت على الآلاف من مجموعات المناقشة مصنفة إلى موضوعات مختلفة تغطي تقريباً معظم مجالات الحياة.

6-الدردشة الجماعية Relay Chat:

وهي إحدى خدمات المحادثة ولكنها أكثر مرونة، لأنها تتيح للمستخدم التحدث بطريقة مباشرة Online مع مجموعة من الأشخاص في الوقت نفسه, أي أن المستخدم يستطيع من خلال هذه الخدمة المشاركة في محادثة عامة، تتعلق بموضوع معين بين مجموعة كبيرة من الأشخاص.

7-الألعاب Games:

هناك مصادر عديدة للألعاب التي يمكن الاشتراك فيها من خلال الشبكة, وتتميز هذه الألعاب بالتنوع الشديد الذي يتيح للمستخدم ممارسة أي لعبة مهما كان ميوله، ويمكن تحميل أي لعبة في جهاز المستخدم, وهناك ألعابٌ أخرى تستفيد من خصائص الإنترنت التفاعلية، مثل الشطرنج، وغيرها من الألعاب حيث يمكن للمستخدم اللعب مع مستخدم آخر بعيد عنه.

8-خدمة التقصي Finger:

وهي خدمةٌ مجانية تقدمها معظم حاسبات الإنترنت، وتسمح بالسؤال عن معلومات عن مستخدم معين, وتقوم هذه الخدمة على أن لكل مشترك في الإنترنت رقم شخصي User

Id، ومن خلال هذا الرقم الشخصي يمكن الاتصال بالحاسب الخاص به، ومعرفة معلومات عن هذا المستخدم تتضمن اسمه وعنوانه ورقم تليفونه.

9-خدمة تحديد الوثائق WAIS:

يسهل خادم المعلومات على الإنترنت الـ WAIS: Wide Area Information Server، عملية البحث عن معلومات معينة، وتحتوى الشبكة حوالي (500) خادم، تمكن المستخدم من البحث داخل الوثائق نفسها، وليس على مستوى القوائم العامة، وذلك من خلال استخدام الكلمات المفتاحية Keywords، التي تساعده في الوصول إلى المعلومات المطلوبة.

10- خدمة الأرشيف Archive:

تساعد خدمة Archive، في الوصول إلى الملفات التي يريدها المستخدم، والتي تعرضها آلاف الخادمات Servers، التي تقدم خدمة نقل الملفات حول العالم، ويستطيع المستخدم من خلال استخدام خادم الأرشيف Archive Server، تحديد المواقع التي تحتوي على هذا الملف، وعند الوصول إلى هذه المواقع يمكن استخدام خدمة الـ FTP، في تحميل هذه الملفات على جهاز المستخدم.

11- المجلات الإلكترونية:

تضم شبكة الإنترنت مجموعة متنوعة من المجلات الإلكترونية، بعضها متخصص في مجالات عديدة، والبعض الآخر ذات طابع شعبي أو عام, وهناك طريقتان يتم بهما توزيع هذه المجلات:

- الأولى عن طريق القوائم البريدية Mailing Lists، حيث يتم إرسالها كرسالة بريدية Mail Message.
- الثانية عن طريق إرسالها إلى مواقع Anonymous FTP، حيث يستطيع المستخدم تحميلها في جهازه.

12- لوحات النشر الإلكترونية Bulletin Boards:

تمثل لوحات النشر الإلكترونية Bulletin Boards، مستودعاً للملفات والرسائل، وتكون غالباٌ مرتبطة بموضوع معين، ويمكن استخدام هذا النظام عن طريق الاتصال بلوحة

النشر الخاصة بالموضوع الذي يريده المتلقي، ثم اختيار المطلوب من بين القوائم التي تظهر على الشاشة.

13- محركات البحث Search Engines:

وهي برامج تتيح للمستخدمين البحث عن كلمات محددة ضمن مصادر الإنترنت المختلفة, وتتألف محركات البحث من عدد من البرامج التي تستخدم لإيجاد صفحات جديدة على الويب لإضافتها, ومن هذه البرامج برنامج العنكبوت Spider Program، الذي لا يقتصر على الوصول للصفحة الأولى من الموقع المستهدف، بل يتابع البرنامج الروابط Links الموجودة في أي موقع للوصول إلى صفحات أخرى, ومن البرامج الأخرى المستخدمة في محركات البحث برنامج المفهرس Index Program، الذي يعد قاعدة بيانات Database ضخمة تصف صفحات الويب.

ومع التطور والتحديث المستمر للمواقع، فإن محركات البحث تقوم بزيارات دورية للمواقع الموجودة في الفهرس للتأكد من التعديلات التي تطرأ على المواقع المفهرسة, وبدأت الكثير من محركات البحث بتطوير نشاطها وخدماتها, واتخذ البعض منها منحى التخصص في مجال معين يتجه إليه من يريد البحث المتخصص.

وهناك العشرات من محركات البحث التي تختلف فيما بينها في الأسلوب, وحجم التغطية التي تقدمها, كما تتفاوت المحركات في مدى قدرتها على تحديث قواعد بياناتها, وأسهمت محركات البحث على الإنترنت في التعرف على الكثير من المواقع الإلكترونية, كما ساهمت في زيادة الوعي المعرفي في جميع المجالات، ومن أشهر محركات البحث الرئيسية على شبكة الإنترنت Yahoo، و MSN، و Google، و Alta Vista.

خامساً: سمات جمهور الإنترنت

يؤرخ الباحثون المهتمون بدراسة مواصفات وسمات جمهور الإنترنت، عام 1977، كبداية لظهور جمهور الإنترنت، أو ما يطلقون عليه جيل الإنترنت، الذي شهد ظهور وانتشار هذه الوسيلة، وتتفاوت أعداد هذا الجمهور من دولةٍ لأخرى، فأعداد هذا الجمهور في الدول الغربية، والولايات المتحدة الأمريكية، وفي كندا، وفي بعض دول شرقي آسيا، كاليابان، وحتى الصين، كبيرة جداً ومن كبار السن، أما في باقي الدول فالأعداد في تزايدٍ مستمر، وقد رصد الباحثون مواصفات هذا الجمهور في دراسات مختلفة، ووجدوا أن هذا الجيل يتميز بمجموعة من السمات المتعلقة بالمعايير التالية:

- **الثقافة:** يتميز الجمهور أو الجيل الحالي للإنترنت، بأن ثقافته تعتمد على الصورة أكثر من اعتمادها على الأشكال الاتصالية الأخرى، (النص، الصوت)، وأنهم قادرون على (نسج) المحتوى الإعلامي الذي يحتاجونه اعتماداً على هذه الأشكال، لكن الصورة تلعب الدور الأكبر في تشكيل وبناء معارفه.
- **الاتصال:** جمهور الإنترنت الحالي دائم الاتصال بوسائل الاتصال الإلكترونية، ولا سيما الإنترنت، ويعتمد على كثيرٍ من الأجهزة التي تساعده في ذلك، كأجهزة الكمبيوتر المحمول، أو الهاتف المحمول الذكي.
- **الحالية:** يتعامل جمهور الإنترنت مع المعلومات المباشرة أو الحالية، لأن شبكة الإنترنت توفر له ذلك، وهذا الأمر يساعد الجمهور على أن يكون سريعاً في الفهم واتخاذ القرار، وسريعاً في الاستجابة، بحيث يتنقل بين تطبيقٍ وآخر على الإنترنت، وسريعاً في إنجاز أعماله، لأنه يتعلم من تجاربه التي يكتسبها من الإنترنت.
- **الخبرات:** يحب جمهور الإنترنت إنجاز أعمالهم واكتساب الخبرات بأنفسهم، ويحبون التعلم من نتائج أعمالهم وليس من خلال تجارب الآخرين، ويستكشفون هذه الخبرات إما بأنفسهم، وإما مع أقرانهم، وهذا يجعلهم يحتفظون بالمعلومات ويستخدمونها بشكلٍ مبتكر دائم.

- **النشاطات الاجتماعية:** يخلق جيل الإنترنت نشاطاتٍ اجتماعية وجماعية مختلفة عبر الإنترنت، كالتواصل مع الزملاء القدامى، المشاركة في الألعاب كفرق، المشاركة في التدوين، إرسال الطرائف والنكت.
- **الفرق:** يحب جمهور الإنترنت التجمع في فرق، للمشاركة في كثيرٍ من الأنشطة التي يمكن ممارستها عبر الإنترنت، كالمحادثة الجماعية، والألعاب التفاعلية.
- **البنائية:** يعمل جيل الإنترنت وينجز مهامه بشكلٍ موجه ومنظم، ويبني معاييره وقواعده وقيمه، على غاياتٍ وأهدافٍ محددة.

المواصفات الشخصية لجمهور الإنترنت:

- الجدية في التعامل مع شؤون حياتهم المختلفة.
- الاعتماد على النفس.
- الذكاء والتركيز.
- الاستعداد لتبني المستحدثات والأفكار الجديدة.
- التقدير العالي للذات والثقة بالنفس.
- الانفتاح على العالمية، وتقبل الثقافات الأخرى.
- الاهتمام بما يحدث من حولهم من أحداث.
- التسامح وعدم التعصب، كما كان الجمهور القديم لوسائل الاتصال.

المواصفات الديمغرافية لجمهور الإنترنت:

- الشباب: فأغلب مستخدمي هذه الوسيلة هم من الفئات الصغيرة السن، بينما تبعد فئات السن الكبيرة عن استخدامها، لتعارضها مع ثقافتها وقيمها أحياناً، ولحاجتها للمهارة في استخدام الأجهزة التقنية الحديثة.
- أغلبهم من الذكور: لأنهم كانوا أسبق في استخدام هذه الوسائل، من خلال وظائفهم وأعمالهم خارج المنزل، ولو أن الدراسات الحديثة تشير إلى تقدم الإناث في الاستخدام.

- من الفئات التعليمية الأعلى مستوىً: وخاصة من حاملي الشهادات الجامعية، نظراً لترافق بداية استخدام هذه الوسيلة مع الحاجة للحصول على المعلومات، ومع ذلك فإن الفئات الأقل تعليماً تقبل على استخدام هذه الوسيلة بشكلٍ كبير ولأغراضٍ مختلفة.
- من المستويات الاقتصادية الأعلى: لحاجة استخدام الإنترنت لتقنيات (كمبيوتر، اشتراك بخدمة الإنترنت، هواتف محمولة)، تشكل للفئات الأقل مستوىً من الناحية الاقتصادية، عبئاً مالياً لا يستطيعون تحمله.

الخلاصة

أضافت الإنترنت إلى وظائف الاتصال الجماهيري، وظائف أخرى متعددة، تتسم بالخدمة المباشرة والتفاعلية، وتخفيف سيطرة وسائل الاتصال التقليدية على المجتمع والأفراد، وقد قامت الإنترنت بتقديم الأخبار والمعلومات، وساهمت في الدعاية، والتعبئة للأفكار والاتجاهات، كما ساعدت في أداء وتحسين مستوى العملية التعليمية، فحفزت عملية التعليم الذاتي للأفراد. كما ساهمت في تحقيق الأرباح للمعلنين والشركات، من خلال ترويجها للإعلانات المختلفة. وحملت عبر العديد من الألعاب والمواقع الترفيهية، التسلية والترفيه لعددٍ كبيرٍ من مستخدميها. وساعدها في أداء هذه الوظائف قدرتها على نقل ونشر هذه الأخبار والمعلومات بسرعة، وآنية مباشرة، بالإضافة إلى الحفاظ على أمن وسرية هذه المعلومات، وبأي شكلٍ كانت نصية، وصوتية، ومرئية، هذا بالإضافة إلى توفر أدوات التواصل الفردي والجماعي، وسهولة تعلم استخدامها وتصفحها.

وقد حملت الإنترنت لمستخدميها الكثير من الخدمات التي ساعدتهم على إنجاز أعمالهم، أو تحقيق تواصلهم مع الآخرين، أو حتى التسلية والترفيه، فقدمت البريد الإلكتروني، والمحادثة، والمؤتمرات، والخدمات المتطورة للبحث عن الوثائق والمعلومات، بالإضافة للألعاب والمجلات الإلكترونية، ومحركات البحث التي ساعدت بشكلٍ كبير في حصول المستخدمين على المعلومات، بأقل جهدٍ، ووقت، وتكلفة.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

يقصد بخدمة التقصي عن المعلومات Finger تمكين المستخدم إجراء البحث داخل الوثائق نفسها، وذلك من خلال استخدام الكلمات المفتاحية Keywords.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

من الوظائف التي تقوم بها الإنترنت، التعبئة، بمعنى الترويج للاتجاهات الفكرية والسياسية والثقافية.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

تقدم الإنترنت وظائف مختلفة تماماً، عما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

من وظائف الإنترنت الأساسية، تقديم المعلومات، وتأتي في مقدمة وظائف وأهداف استخدام الإنترنت.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

من مخاطر إخراج الإنترنت لجمهورها من العزلة التي فرضتها وسائل الاتصال التقليدية، إدمان الإنترنت.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

المجتمعات الافتراضية تساعد في مناصرة العديد من القضايا، والترويج للعديد من الأفكار التي لا تجد صدىً في وسائل الاتصال التقليدية.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

خدمة تحديد الوثائق الـ WAIS، تعتمد على تمكين المستخدم إجراء البحث داخل الوثائق نفسها، وذلك من خلال استخدام الكلمات المفتاحية Keywords.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

الإنترنت، تأتي في مقدمة وسائل الاتصال الجماهيرية، وقد تجاوزت التلفزيون.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

المراجع

1- تربان، ماجد سالم، (2008)، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

2- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

4- مكاوي، حسن عماد، وعلم الدين، محمود، (2009)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (ط.1)، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.

5- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

6- الرحباني، عبير، (2012)، الإعلام الرقمي، الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

7- عبد الحميد، محمد، (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

8- عبد الحميد، محمد، (1997)، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

9- مكاوي، حسن عماد، وحسين السيد، ليلى، (1998)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

10- بخيت، السيد، (2004)، الإنترنت وسيلة اتصالٍ جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (ط.1)، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.

11- عماد مكاوي، حسن، (1993)، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

12- بعزيز، إبراهيم، (2012)، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

13- سيد حسين، فاروق، (2002)، الإنترنت، شبكة المعلومات، القاهرة، الهيئة العامة للكتاب.

14- تابسكوت، دون، ت. بيومي محمد، حسام، (1011)، جيل الإنترنت، كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا، القاهرة، كلمات عربية للترجمة والنشر.

15- Jones, Chris and Shao, Binhui (2011). The net generation and digital natives: implications for higher education. Higher Education Academy, York.

16- Oblinger, Diana & Oblinger, James, Is It Age or IT: First Steps Toward Understanding the Net Generation, Available At: http://www.educause.edu/research-and-publications/books/educating-net-generation/it-age-or-it-first-steps-toward-understanding-net-generation, Retrieved At: 14/2/2015

الوحدة التعليمية السادسة

وسائل الاتصال الإلكترونية– الصحافة الإلكترونية

أولاً: مقدمة عن مفهوم الصحافة الإلكترونية

غيرت شبكة الإنترنت المجتمع، وأثرت على أفراده ومؤسساته، وبالتحديد على مؤسساته الإعلامية والعملية الاتصالية فيها، وكانت جزءاً من تطور عملية النشر لصحفي، وتحوله إلى النشر الإلكتروني.



وقد دخلت الإنترنت الصحف الغربية منذ الثمانينات، كأدوات مساعدة للصحفيين والمحررين للحصول على الأخبار والمعلومات، وأصبحت في مطلع التسعينات، منفذاً لصدور هذه لصحف والتعريف بها، فظهرت العديد من الصحف الأمريكية في البداية كنسخٍ إلكترونية للصحف الورقية المطبوعة، ثم ظهر فيما بعد المواقع الإلكترونية لهذه الصحف، وقد حملت شكلاً ومضموناً مختلفاً عما تحمله لصحف المطبوعة حيث:

- اتصفت هذه الصحف بقدرتها على البث الفوري والسريع للأحداث والأخبار، واعتمدت الوسائط المتعددة والنص المتشعب في عرض موضوعاتها وصفحاتها، ووفرت العديد من الأدوات التي تسمح للمتلقي التفاعل والتواصل مع القائم بالاتصال.
- غيرت العملية الاتصالية التقليدية الخطية، واستبدلتها بالعملية الاتصالية التفاعلية أو الدائرية، وهذا ما أدى كما أشار الباحثون، إلى التأثير على الصحافة المطبوعة، وشكل لها شكلاً من أشكال التحدي لذي تواجهه.

وقد وصل بعض الباحثون إلى درجة التنبؤ باختفاء الصحافة التقليدية، مقابل زيادة انتشار وتطور أشكال الصحافة الإلكترونية، بينما دعا باحثون آخرون إلى التريث في إصدار هذه الأحكام، ومتابعة تطور هذه الوسائل، وتطور الصحافة المطبوعة نفسها، وقدرتها على الوقوف إلى جانب هذه الصحافة والقيام بأدوارهما لاتصالية المختلفة بشكلٍ متكامل، وهو ما ستتعرض إليه الوحدة التالية.

ثانياً: مفهومِ الصحافة الإلكترونية

تعد الصحف الإلكترونية جزءاً من مفهوم أوسع وأشمل، وهو النشر الإلكتروني Electronic publishing، الذي لا يعني فقط مجرد استخدام أنظمة النشر المكتبي الإلكتروني وأدواته " Desktop publishing " DTP، بل يمتد حقل النشر الإلكتروني الآن ليشمل أيضاً:



- النشر عبر الإنترنت On Line Publishing.
- أو توزيع المعلومات والأخبار من خلال وصلات اتصالٍ عن بعد Telecommunication Link.
- أو من خلال تقنية الوسائط المتعددة وغيرها من النظم الاتصالية التي تعتمد على شبكات الحاسبات.

وتعتمد أنظمة النشر الإلكتروني عموماً التقنية الرقمية، التي توفر القدرة على نقل ومعالجة النصوص، والصوت، والصورة معاً بمعدلات عالية من السرعة والمرونة والكفاءة.

وقد مرت الصحافة الحديثة بعدة مراحل في استخدام الوسائل التكنولوجية الجديدة، حيث بدأت الصحف منذ الستينات باستخدام أنظمة الجمع الإلكتروني، وفي بداية التسعينيات بدأت أجهزة الكمبيوتر والإنترنت تدخل بشكل مكثف إلى غرف الأخبار في الصحف الأمريكية والكندية، وفي بلدان أخرى عديدة لاستخدامها في الكتابة والتحرير، حتى أصبح الإنترنت وسيلة أساسية في جمع المعلومات والأخبار والاتصال، وهو ما أدى إلى تحولٍ كبير في الأداء الصحفي، والممارسات الصحفية للصحفيين، وازدياد الاعتماد على الإنترنت صحفياً.

ظهور الصحافة الإلكترونية:

ظهرت الصحافة الإلكترونية وتطورت كنتاج لشبكة الإنترنت العالمية، ولم تمض سنوات على ظهور الإنترنت حتى ظهرت العشرات من المواقع التي تعتبر نسخاً إلكترونية لصحف ورقية، أو مواقع إلكترونية تنشر المواد الإعلامية التي تقدمها الصحيفة الورقية، وقد اعتمدت هذه الصحف على تعدد الوسائط التي تتيح لمستخدميها إمكانية البحث داخلها، وحفظ وطباعة صفحاتها.

وقد نشأت فكرة الصحافة الإلكترونية في منتصف عام1970م، من استخدام تقنية Teletext و Videotext، في اثنين من المؤسسات الإعلامية البريطانية هما BBC و IBA، والتجارب التفاعلية الأخرى في مجالات نقل النصوص شبكياً، ومن تطور قواعد البيانات.

1- الـ **Teletext:** هو نظام اتصالي ومعلوماتي غير تفاعلي، يعتمد على بث المعلومات عبر قناة تلفزيونية غير مستخدمة، ويتيح هذا النظام عرض مجموعة من الصفحات التي تحمل معلوماتٍ وأخبار مختلفة بشكلٍ بطيء، ويحتاج المتابع إذا أراد الاطلاع على معلومةٍ ما، أن ينتظر مرور الصفحات حتى يصل إلى ما يريد.

غير أن هذا المجال لم يلق الاهتمام المطلوب من الباحثين، ولا من الجمهور، فالتفاعل مع هذه الخدمة غير موجود، والمعلومات التفصيلية غير موجودة، وميزتها الكبرى أنها تقدم بشكلٍ مجاني، خاصة فيما لو كانت هذه القناة تابعة لمحطة حكومية، وقد أعيد إنتاج هذه الخدمة في بعض الدول العربية، رغم توقفها في أكثر دول العالم، وظهرت العديد من هذه القنوات التي تقدم الأخبار، ورسائل الـ SMS، وبعض الإعلانات النصية، مع خلفية موسيقية أو غنائية.

2- الـ **Videotext:** وهو نظام اتصالي معلوماتي تفاعلي، يعتمد على تحويل جهاز التلفزيون إلى أداة لنقل المعلومات عبر ربطه بالحاسب الآلي ، وبشبكة الخطوط الهاتفية، ويستطيع المستخدم لهذه التقنية أن يتحاور مع القائمين على هذه الخدمة، وطلب المعلومات التي يريدونها.

مراحل تطور ظهور الصحافة الإلكترونية:

تطورت خدمة الـ Teletext و الـ Videotext في كثير من دول العالم، فأصبح للصحف اللاورقية الإلكترونية وجودٌ في المنازل الأوربية والأمريكية، لكن هذه الخدمات الصحفية التي تقوم على التواصل مع قواعد المعلومات، لم يكتب لها النجاح خاصة مع ظهور شبكة الإنترنت، واستغلالها في ظهور العديد من الصحف عبرها، ويمكن استعراض مراحل تطور ظهور هذه الوسائل الإعلامية بالشكل التالي:

1- أول ظهور لصحيفة أمريكية عام 1992، كان لصحيفة Chicago Tribune، وسميت Chicago Online.

2- أول ظهور لصحيفة بريطانية عام 1994، كان لصحيفة Daily Telegraph، وسميت Electronic Telegraph.

3- أول ظهور لصحيفة تستخدم تقنية النص الفائق، كان لصحيفة USA Today، إذ أتاحت للمستخدم الانتقال إلى مواقع أخرى، وإلى أقسام أخرى للصحيفة.

4- أول طبعة Web كاملة في المملكة المتحدة، ظهرت على شبكة الإنترنت، كانت لصحيفتي الـ Times، والـ Sunday Times.

5- أول صحيفة إلكترونية كاملة تظهر على شبكة الإنترنت، كانت الصحيفة الإلكترونية السويدية، "هيلزنبورج واجبلاد"، عام 1995.

6- أول صحيفة أمريكية تعتمد تقنية النشر الفوري في تحديث المواد والأخبار، هي صحيفة الـ Dallas Morning، عندما نقلت وتابعت تطورات الأخبار حول الانفجار الذي وقع في مدينة أوكلاهوما.

7- أول صحيفة عربية تظهر على شبكة الإنترنت، كانت "الشرق الأوسط" السعودية، والتي تظهر في بريطانيا، وذلك في عام 1995، تلتها صحيفة "النهار" اللبنانية، في عام 1996، ثم صحيفة "الحياة" السعودية، والتي تصدر في بريطانيا أيضاً وذلك في العام نفسه.

8- أول صحيفة إلكترونية عربية كاملة تظهر على شبكة الإنترنت، هي صحيفة "المراسل" الأسبوعية، وكان ذلك في عام 1997.

وقد توالى بعد ذلك في أغلب دول العالم وفي العالم العربي نفسه، ظهور العديد من الطبعات الإلكترونية للصحف المطبوعة، كما توالى ظهور الصحف والمواقع الإلكترونية الكاملة على شبكة الإنترنت، وقد تطورت هذه الصحف في طريقة أدائها وتقديمها للمادة التحريرية، فاعتمدت تقنيات النص الفائق والوسائط المتعددة، كما وصلت إلى مرحلة البث الفوري والمباشر للأحداث، وظهر منها أشكالٌ مختلفة، كالبوابات الإلكترونية، والمدونات الإلكترونية، والمجلات الإلكترونية، وغيرها من المواقع الإعلامية التابعة للعديد من المؤسسات المرئية والمسموعة، وبذلك حققت

الصحافة الإلكترونية وخلال فترة من عمرها القصير، ما حققته الصحافة المطبوعة في عشرات السنين، وتمكنت هذه الصحافة من تقديم مكاسب عديدة للمهنة الإعلامية، ولجمهور القراء، وكذلك لمستويات أخرى من المستفيدين، مثل: المعلنين والطبقة السياسية، ومروجي الأفكار، والدعاة، وغيرهم، لكن هذه المكاسب ارتبطت ومازالت ترتبط بتطور التقنية وانتشارها، وبطبيعة الجمهور الذي يستخدمها.

ثالثاً: تعريف الصحافة الإلكترونية

مسميات الصحافة الإلكترونية:

يطلق بعض الباحثين على صحافة التسعينيات مسمى الصحافة الإلكترونية Electronic Journalism، أو الصحافة المستعينة بالحاسبات Computer Assisted Journalism، نظراً لارتفاع درجة اعتماد الصحفي عليها في العديد من مراحل العمل الصحفي مثل: جمع المعلومات من الميدان واستكمالها، وتوصيلها إلى مقر الصحيفة، وفي صفها وإخراجها، وتجهيز الصفحات، بحيث تحول المحرر الصحفي إلى معالج للمعلومات عبر الوسائل الإلكترونية.

كما يطلق عليها البعض الآخر الصحافة التفاعلية Interactive Journalism، نظراً لقدرتها العالية على التفاعل والتواصل مع مستخدميها، والصحافة المباشرة Online Journalism، وغيرها من المسميات الأخرى.

تعاريف الصحافة الإلكترونية:

1. الصحافة الإلكترونية هي الصحافة التي يتم إصدارها بشكلٍ إلكتروني بالكامل، بدءاً من تلقي الأخبار، ومروراً بمعالجتها، وتحريرها، وتصميمها، وبثها إلى أي جهاز كمبيوتر متصل بشبكة الإنترنت.
2. الصحافة الإلكترونية هي الصحيفة اللاورقية التي يتم نشرها على شبكة الإنترنت، ويقوم القارئ باستدعائها وتصفحها، والبحث فيها، وحفظ وطبع ما يريد منها من مواد.

3. الصحافة الإلكترونية هي العمليات الصحفية التي تتم على مواقع محددة التعريف على شبكة الإنترنت، لإتاحة المحتوى بروابط متعددة تسمح للمتلقي حرية الاختيار والتجول والتفاعل، بما يحقق حاجاته وتفضيلاته، وبما يحقق أهداف النشر والبث.
4. الصحافة الإلكترونية هي الصحافة التي تجمع بين تكنولوجيا النشر التقليدية، وتكنولوجيا الإنترنت الحديثة، في النص الفائق والوسائط المتعددة.
5. الصحافة الإلكترونية هي مجموعة المواقع الإلكترونية بأشكالها المختلفة (صحف، مواقع، بوابات، مدونات)، والتي تعنى بتقديم الأحداث والأخبار، سواء كان لها أصل ورقي أم لا، وتبث بشكلٍ دوري على شبكة الإنترنت، مستفيدة من خصائص وتقنيات هذه الشبكة، وتلبي حاجات ومتطلبات مستخدميها، وتحقق أهداف القائم بالاتصال فيها.

رابعاً: الخصائص الاتصالية للصحافة الإلكترونية

تتسم الصحافة الإلكترونية بالعديد من الخصائص الاتصالية التي تنطلق من قدرات الإنترنت كوسيلة اتصال حديثة، حيث أكدت معظم البحوث والدراسات على أنها أصبحت وسيلةً إعلاميةً جماهيريةً فعالة، إذ مكنت كافة الأفراد والمؤسسات من استقبال الأخبار والمعلومات بشكلٍ آني وفوري، كما مكنتهم من التفاعل والتواصل مع القائم بالاتصال فيها.

ومن أبرز خصائص الصحافة الإلكترونية ما يلي:

التفاعلية:

تعتمد الصحف الإلكترونية الأسلوب التفاعلي مع مستخدميها، من خلال تكنيك النص المتشعب أو الفائق Hypertext، الذي يتضمن وصلات Links، لنقاط داخل الموضوع أو خارجه، وتعتبر هذه الخاصية واحدة من أهم سمات وخصائص الصحافة الإلكترونية.

وتظهر التفاعلية في تخصيص المواقع الإلكترونية صفحات للاهتمامات الخاصة للمستخدمين بحيث يمكن لأصحاب الاهتمامات المشتركة من خلال الصفحات تبادل

الخبرات والأنشطة، كما يمكن من خلال التفاعلية الإفادة من آراء الجمهور في إعداد المواد الصحفية للصحف المطبوعة، أو البرامج التلفزيونية أو الإذاعة التقليدية، إلى جانب تلك التي تتوفر على الإنترنت.

وتتيح الصحافة الإلكترونية:

- أدواتٍ مختلفة للتفاعل المتزامن وغير المتزامن.
- هذا بالإضافة إلى إتاحة البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها.
- وإمكانية توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه.
- أو التدخل للمشاركة في صناعة الخبر أو تقديم معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات أو المشاركة في استطلاعات الرأي والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يُقرأ.

ومن أدوات التفاعل المتزامن: غرف الدردشة أو المحادثة، والمجموعات الإخبارية، والمؤتمرات عن بعد، أما أدوات التفاعل غير المتزامن، فمن أمثلتها: البريد الإلكتروني، والقوائم البريدية، ولوحات النشر.

المباشرة والتحديث المستمر:

ويقصد بذلك تقديم الصحف الإلكترونية خدمات إخبارية مباشرة Online، إذ أصبحت الأخبار تنقل من خلال المراسل الصحفي من موقع الحدث إلى موقع مؤسسته الصحفية بطريقة آنية ومباشرة، ويمكن تعديل الخبر أو حذفه أو إضافة ما يمكن إضافته من مستجدات، وينطبق هذا على النصوص الإخبارية والصوت والفيديو أيضاً.

1-استخدام الوسائط المتعددة:

تعتبر الصحافة الإلكترونية الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الصوت والصورة والنص معاً، بشكل مترابط ومنسجم ومفيد، تحت مسمى الوسائط المتعددة.

ويكتسب استخدام عناصر الوسائط المتعددة مثل: الصور المتحركة والثابتة، والأصوات، والمؤثرات السمعية والبصرية، أهمية خاصة، إذ يساعد تقديم الصورة والألوان في:

- تقليل الجهود التي يتعين أن يبذلها القراء، لتلقي الرسائل المتضمنة في هذا النمط من الاتصال.
- إضفاء الواقعية على الأحداث والأخبار المقدمة، ما يزيد من فعالية تأثير المضمون المقدم، أو إضافة معانٍ أخرى على هذه المعلومات.

2-العمق المعرفي:

تتميز الخدمات الصحفية المقدمة في الصحف الإلكترونية بالعمق المعرفي والشمول، ويتهيأ ذلك من اتساع المساحة المتاحة لهذه الصحف، حيث لا ترتبط الصحف الإلكترونية، شأنها في ذلك شأن كل المواقع الإلكترونية، بقيد المساحة كما في الصحف المطبوعة، كما تعمل هذه الصحف عبر ما تقدمه من خدمات إضافية، على تقديم عمقٍ معرفي إضافي للمواد المنشورة فيها، وتستهدف هذه الخدمات تقديم خلفيات الأحداث وربطها بالقضايا أو الموضوعات المتعلقة بها، وإتاحة إمكانية العودة للأرشيف الصحفي.

3- التفتيت أو اللاجماهيرية:

وتعني هذه الخاصية التخلي عن مفهوم الحشد في التعامل مع مستخدمي الوسيلة الإعلامية، وتقديم منتج إعلامي يمكنه أن يتكيف مع الاهتمامات الفردية لكل قارئ.

4-الأرشيف الإلكتروني الفوري:

تكتسب هذه الخاصية أهميةً خاصة في مجال النشر الإلكتروني للصحافة الإلكترونية، فتقديم المعلومات المختلفة داخل الموقع بالإضافة لخدمة الأرشيف وإمكانية البحث، يقدم للمستخدم سياقاً شاملاً حول الموضوع الحالي الذي يتعامل معه، مما يحقق نوعاً من التكامل و الثراء في عرض المعلومات.

خامساً: الانتقادات الموجهة للصحافة الإلكترونية

على الرغم مما تمتاز به الصحافة الإلكترونية من خصائص وميزات تجعلها منافساً قوياً للوسائل التقليدية الأخرى وخاصة الصحف الورقية، إلا أن الباحثون يوجهون لهذه الوسائل انتقاداتٍ مختلفة، في محاولةٍ للرد على المتنبئين بأن الصحافة الإلكترونية سوف تقضي على الصحافة الورقية المطبوعة، خلال السنوات القليلة القادمة، ويمكن تلخيص هذه الانتقادات بـ:

1- قراءة الصحيفة الإلكترونية صعبة ومرهقة، وقد تسبب بعض المخاطر الصحية الجسدية.
2- لا تستطيع الصحافة الإلكترونية أن تحقق لمستخدميها، الحرية البصرية في اختيار المضمون المراد قراءته.
3- تكلفة استخدام الصحف الإلكترونية أعلى تكلفةً من الصحف الورقية، إذ تحتاج إلى جهاز حاسبٍ آلي، وخدمة اشتراك بخدمة الإنترنت، بينما تعتبر الصحف الورقية أرخص ثمناً نظراً لوجود مصادر مختلفة لتمويلها، ولا سيما الإعلانات.
4- تعاني الصحافة الإلكترونية مشاكل مالية مع مستضيفي هذه الخدمة، كما تعاني مشاكل تقنية في وجود بنية اتصالية جيدة، أو من حيث عدم اتفاق أسلوب التصميم والتصفح عند المستخدم والمصمم.
5- استخدام النص المتشعب أو الفائق، قد يتوه المستخدم ويجعله في كثيرٍ من الأحيان، يخرج عن الغرض الأساسي لتصفح هذه الصحيفة، ويستغرق وقتاً أطول في التصفح، مما يؤدي إلى مشاكل نفسية واجتماعية.
6- أغلب الصحف الإلكترونية الناجحة، هي نتاج جهود المؤسسات الإعلامية، الصحفية الورقية، أو محطات التلفزيون، أو وكالات الأنباء، وليست نتاج جهودٍ مستقلة.
7- ماتزال أغلب الصحف الإلكترونية تعتمد على محرري وكتاب ومراسلي المؤسسات الإعلامية، مما يعطي الإحساس بأن ما ينشر في هذه الوسائل هو نفس ما تقدمه المؤسسات الأصلية.
8- لا تزال فئات كثيرة من المجتمع، فئة المثقفين، وفئة كبار السن، وغيرهم من الفئات، تفضل قراءة الصحف الورقية وتعتقد أنها أكثر عمقاً وتحليلاً للحوادث والأخبار.

9- تعاني الصحف الإلكترونية من مخاطر عدم إتاحتها، خاصة مع انقطاع التيار الكهربائي، أو مع تعرضها لفيروسات تعيق عملية التصفح والاستخدام، عدا عن إمكانية قراءة وتصفح الجريدة الورقية في أي مكان، وسهولة حملها إلى أي مكان.

10- تعاني الصحافة الإلكترونية من ضعف الثقة بها، ومن التشكيك في مصداقيتها، نظراً لسهولة النقل والنسخ من موقعٍ إلى آخر.

سادساً: أنواع الصحف الإلكترونية

تتعدد أشكال الصحف الإلكترونية على شبكة الإنترنت وتتنوع مجالات مضمونها، فمنها الصحف الإلكترونية التي ظهرت من أصلٍ ورقي أو إعلامي، ومنها المواقع الإخبارية التي ظهرت على الإنترنت مباشرةً، والمدونات، والبوابات الإلكترونية، وغيرها من التطبيقات التي تنشر الأخبار والحوادث اليومية، ويمكن اعتبار هذه الصحف والمواقع صحفاً إلكترونية، كونها تحدث معلوماتها وتنشر أخبارها بشكلٍ دوري، وتلبي حاجات واهتمامات أعداد كبيرة من الجمهور الذي يزداد عدده يوماً بعد يوم.

المواقع الإلكترونية:

يعدد الباحثون أنواعاً مختلفة من المواقع الإلكترونية، سواء من ناحية المضمون، أو الملكية، أو التمويل، أو الجمهور المستهدف، لكن من الممكن إجمالها جميعاً، بأنها تنقسم إلى:

1- مواقع إخبارية: تنقل الأخبار والأحداث اليومية، وقد تكون تابعةً لجهة أو مؤسسة حكومية، أو لمؤسسات خاصة، وقد تكون تابعة لمؤسسات إعلامية واقعية، أو ظهرت مباشرة على شبكة الإنترنت.

2- مواقع إعلانية تجارية: هدفها التعريف والترويج والتسويق لبعض الخدمات، والمنتجات، وقد يصل بعضها إلى إجراء عمليات البيع والشراء.

3- مواقع تعريفية ببعض المؤسسات والمنظمات والهيئات: بقصد التعرف على خدماتها، أو تشجيع الإقبال على منتجاتها، أو تشجيع التبرع والمساهمة في تمويلها.

المواقع الإخبارية الشاملة:

يمكن تقسيم المواقع الإخبارية الشاملة، والتي تنقل الأخبار والحوادث اليومية إلى:

1- صحف إلكترونية شاملة بشكلٍ كامل Online Journalism: ظهرت على شبكة الإنترنت، وتستفيد من كل الخصائص والخدمات التقنية الاتصالية والمعلوماتية للإنترنت، وتعتمد أسلوب النص المتشعب أو الفائق والوسائط المتعددة، وقد تطورت هذه الصحف بحيث أصبح بعضها بوابات إلكترونية، تقدم العديد من الروابط الخارجية والداخلية للقصص والأخبار التي تقدمها.

2- نسخ إلكترونية: تابعة لمؤسسات صحفية ورقية، وقد تقدم العديد من موضوعاتها ومقالاتها عبر هذه النسخ الإلكترونية.

سابعاً: تأثير الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية

اختلف الباحثون في تقدير التأثير الذي يمكن أن تحدثه الصحافة الإلكترونية على الصحافة الورقية المطبوعة:

- بعضهم توقع اندثار واختفاء الصحافة الورقية خلال السنوات القليلة القادمة، نظراً للميزات والخصائص والخدمات الاتصالية والمعلوماتية التي تقدمها، والتي لم تستطع الصحافة المطبوعة تقديمها.
- بعضهم حاول أن ينظر إلى هذا التأثير ببعض الاعتدال، وتنبأ بأن الصحافتين ستؤديان دورهما الإعلامي والاتصالي بشكلٍ متكاملٍ، حيث كل وسيلةٍ يمكن أن تستفيد من الأخرى (وهذا ما حصل في الواقع)، وتطور أدواتها، وتقنيات معالجتها لأخبارها ومعلوماتها، وأسلوب تقديمها، فتتقاسم كل وسيلةٍ مجموعة من الوظائف تؤديها لجمهورها وتلبي احتياجاته، فالصحافة المطبوعة تؤدي دور التحليل والتفسير العميق للأحداث والأخبار، والصحافة الإلكترونية تنقل الأخبار والتفاصيل بشكلٍ فوري ودوري وهكذا، ويدللون على أن الوسائل الإعلامية والاتصالية التي ظهرت، لم تقض على سابقتها، بل وجدت سابقتها لنفسها أسباب الوجود والبقاء فبحثت عن أدوار ووظائف تلبيها لجمهورها.

- أما الفئة الثالثة، والذين يعتقدون أن الصحافة الإلكترونية لا يمكن أن تحل محل الصحافة الورقية، فيدللون على ذلك بجملة الانتقادات التي توجه للصحافة الإلكترونية، والتي تجعل من استخدامها أمراً ليس سهلاً لفئات كثيرة من الجمهور، كما يسترشدون بآراء الباحثين الذين يشيرون إلى أن استخدام الوسائل الحديثة، يمر بفترة افتتانٍ وانبهارٍ بإمكانياتها وتقنياتها، مما يدفعهم إلى الاستغراق في اكتشافها والتعرف عليها، وعندما يحصل المستخدم على هذه المعرفة، ويصل إلى مرحلة تحديد حاجاته واستخداماته لهذه الوسيلة، يعود إلى الاستخدام المرشد والسليم، وهذا ما تمر به الصحافة الإلكترونية حتى الآن.

الخلاصة

تأخرت الصحف الإلكترونية بالظهور على شبكة الإنترنت، رغم أن الإنترنت أصبحت وسيلة شائعة الاستخدام من منتصف السبعينات، حتى منتصف الثمانينات، وكانت الصحف الأمريكية، السباقة في الظهور، تلاها الصحف الأوربية، والكثير من الصحف العربية، وقد ظهرت في بداية التسعينات، إما كنسخٍ إلكترونية، وإما كمواقع إلكترونية تابعة لهذه الوسائل الإعلامية، لكن الظهور الأولي للصحافة الإلكترونية كان يتمثل في تقنيتين اتصاليتين، لم تجدا فرصاً كبيرة للنجاح، لأسبابٍ كثيرة، وهما الـ Teletext، والـ Videotext.

وقد أصبحت الصحافة الإلكترونية جزءاً لا يتجزأ من وسائل الاتصال والإعلام، التي لا يمكن للفرد الاستغناء عنها، كما تعددت أشكالها، فمنها المواقع الإلكترونية، التي ظهرت على شبكة الإنترنت مباشرةً، ومنها المواقع التابعة لبعض المؤسسات الإعلامية المطبوعة، والمرئية والمسموعة، ومنها المدونات، ومنها البوابات الإلكترونية، وغيرها من أشكال الصحف، ولهذه الصحف خصائص متنوعة، بعضها مستمدٌ من بيئة الإنترنت التي تعمل وتظهر عليها، والبعض الآخر من كونها وسيلة إعلامية لها خصائص تتميز بها، وتساعدها في أداء وظائفها.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

تنشر النسخ الإلكترونية للصحافة المطبوعة بعض الموضوعات التي تنشرها، فهي لا تشبهها بشكلٍ كامل.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

ظهرت الصحافة الإلكترونية في أوائل التسعينات من القرن الماضي.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

أول صحيفة أمريكية ظهرت على الإنترنت، كانت التايم الأمريكية في عام 1994.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

أول صحيفة عربية ظهرت على الإنترنت، كانت الشرق الأوسط السعودية، وذلك في عام **1995.**

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

أول صحيف أمريكية، تقوم ببث الأخبار بشكلٍ فوري، وآني، صحيفة Dallas Morning، **وذلك** في عام 1997.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

من أهم خصائص الصحافة الإلكترونية، التفاعلية، بمعنى توفير أدواتٍ تزامنية وغير تزامنية للتواصل مع القائم بالاتصال.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

من الانتقادات الموجهة للصحافة الإلكترونية، حاجتها للمهارة والمعرفة في استخدامها.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

من إيجابيات الصحافة الإلكترونية، أنها سهلت للصحفيين والمحررين، التواصل مع رؤسائهم **في العمل**.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

المراجع

1- تربان، ماجد سالم، (2008)، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

2- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

4- مكاوي، حسن عماد، وعلم الدين، محمود، (2009)، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، (ط.1)، القاهرة، الدار العربية للنشر والتوزيع.

5- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

6- الرحباني، عبير، (2012)، الإعلام الرقمي، الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

7- منير سليمان، زيد، (2009)، الصحافة الإلكترونية، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

8- عبد الحميد، محمد، (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

9- الغباشي، شعيب، (2010)، بحوث الصحافة الإلكترونية، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

10- درويش اللبان، شريف، (2001)، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

11- درويش اللبان، شريف، (2007)، الصحافة الإلكترونية، دراسات في التفاعلية وتصميم المواقع، (ط.2)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

12- بخيت، السيد، (2004)، الإنترنت وسيلة اتصالٍ جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (ط.1)، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.

13- عماد مكاوي، حسن، (1993)، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.
14- بعزيز، إبراهيم، (2012)، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، الجزائر، دار الكتاب الحديث.
15- المهداوي، حسن شكر، (2007)، صحافة الإنترنت، دراسة تحليلية للصحف الإلكترونية المرتبطة بالفضائيات الإخبارية، العربية نموذجاً، رسالة ماجستير في الإعلام والاتصال، الدنمارك، الأكاديمية العربية المفتوحة.

وسائل الاتصال الإلكترونية– صحافة المدونات

أولاً: مقدمة عن صحافة المدونات

شهدت صحافة المدونات انتشاراً واسعاً، نظراً لقدرتها على التحاور والتبادل الجماعي للأفكار و لآراء حول الموضوعات المختلفة ذات الاهتمام المشترك، كما ساهمت ظروفٌ تقنية وسياسية وعسكرية واجتماعية، على إحداث قفزةٍ نوعية في نتشارها وفي تأدية أدوارها، حتى أصبحت أداةً قادرة على:



- إحداث تغييراتٍ جذرية في عديدٍ من المجتمعات.
- تلبية العديد من الحاجات الإخبارية، والتفسيرية، والتعليمية، والإبداعية، وغيرها من الحاجات التي أشبعت المتلقي فوجد فيها بديلاً مناسباً عن وسائل الاتصال التقليدية.

وهو ما سيتم التعرض له في هذه الوحدة، من بداية نشأة هذا النمط من الصحافة الإلكترونية،مفهومها وتعريفاتها المختلفة، وكذلك خصائص هذه الوسائل ودوافع استخدامها، والوظائف التي تقدمها، ودورها في إطلاق حرية التعبير.

ثانياً: المدونات، النشأة والتطور

لم تنشأ المدونات بدايةً بهدف تقديم الأخبار أو المعلومات، بل تطورت وظهرت على صفحات المذكرات الشخصية أو اليومية التي تقدمها العديد من المواقع ومحركات البحث لمستخدميها، وكان الهدف الأساسي لهذه الوسائل، تسجيل الانطباعات والآراء والأفكار التي تتعلق بموضوعات مختلفة يريد صاحب المدونة التعبير عنها ولا يجد وسائل أخرى تساعده في ذلك، فكانت جزء ًمما يسمى صحافة المواطن أو صحافة الهواة، ثم تطورت المدونات فانتقلت من لعب هذا الدور، إلى وسائل تقدم بعض المعلومات وبعض الأخبار والحوادث اليومية، إلى أن أصبحت الآن



شكلاً من أشكال الصحافة الإلكترونية على شبكة الإنترنت، تقوم بأغلب الأدوار التي تقوم بها هذه الوسائل، وتلبي العديد من الحاجات التي يسعى المتلقي لإشباعها.

عوامل نشأة صحافة المدونات:



1- ثورة الإنترنت الثانية، والتي انتقلت بخدمتها إلى الجيل الثاني، والذي ساعد على ترسيخ الفكر الاجتماعي والتواصل بين المستخدمين، وذلك من خلال أدوات الاتصال التي بدأت تقدم خدمتها للمستخدمين في سهولة ويسر ودون أعباء مالية، بعيداً عن التعقيدات التقنية التي كانت تتسم بها خدمات الجيل الأول.

2- انهيار الثقة في وسائل الإعلام التقليدية نتيجة غياب المصداقية, وانحيازها نحو السلطة والمال والنفوذ، وهذا ما جعل جمهور وسائل الإعلام يتردد كثيراً في الاعتماد على وسائل الإعلام التقليدية في إشباع حاجاته ويبحث عن البديل.

3- الظروف والأحداث السياسية والعسكرية، والقضايا الاجتماعية والاقتصادية، والبيئية، (كأحداث 11 سبتمبر، احتلال الكويت، حرب أفغانستان، حرب العراق، انتشار البطالة، انتشار العنوسة، مشاكل البيئة، وغيرها العديد من الأحداث والقضايا)، والتي كانت عاملاً هاماً ومساعداً، في بحث العديد من المتأثرين والمشاركين بها في مختلف أنحاء العالم، عن وسائل تساعدهم في التعبير والتصريح عن قناعاتهم وتوجهاتهم نحوها.

4- النزعات التسويقية، واعتبار المدونات إحدى مجالات اقتصاد شبكة الإنترنت، فقد أصبح التدوين على المستوى التسويقي مدخلاً في التعليم، وتربية الجيل الجديد على استهلاك ما تفرزه الشبكة من أفلام وأخبار وصور وموسيقى، وكلما زاد عدد المدونين، زاد عدد المستخدمين، وهو ما دعا المستثمرين والمعلنين إلى زيادة استثماراتهم في هذا القطاع.

5- وهناك إجماع على أن المدونات الأولى تنامت بفضل مصممي ومطوري البرامج الذين كانوا أكثر خبرة في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات.

مفهوم صحافة المدونات:

يمكن اعتبار المدونة تطبيقاً لترتيب النصوص زمنياً, وتشبه في أبسط أشكالها صحيفة إلكترونية يحررها شخصٌ واحدٌ, هو صاحب المدونة الذي ينشر مداخلاتٍ مختلفة، تتضمن غالباً يومياتٍ وخواطر عابرة, وقد تضم الأشكال المتطورة منها أدواتاً تفاعلية, فتؤسس مجتمعاً افتراضياً حول قضيةٍ أو مجال اهتمام من خلال تضمينها وصلات تشعبية لمدوناتٍ ومواقع أخرى, والسماح لمدونين آخرين التعليق على ما جاء بها واقتراح تعليقات أو موضوعات للمناقشة، ويتم تصميمها من خلال قوالب جاهزة تتيحها شبكة الإنترنت، وتسمح بإدارة محتوياتها والتحكم فيها عبر مفتاح سري وشخصي.



وتتراوح الموضوعات التي يتناولها الناشرون في مدوناتهم ما بين اليوميات, والخواطر , والتعبير عن الأفكار , والإنتاج الأدبي, ونشر الأخبار والموضوعات المتخصصة في مجال التقنية والإنترنت نفسها، وبينما يخصص بعض المدونون مدوناتهم للكتابة في موضوع واحد, يوجد آخرون يتناولون موضوعات شتى.

والمدونات إما أن تعتمد على شخص واحد, أو مجموعة من الكتاب, وإما أن تعتمد أساساً على الصور Photoblog والتعليق عليها، أو على نشر مقاطع الفيديو Videoblogs، أو تعتمد أساساً على الصوت Audioblog. أو تعتمد على النصوص فقط.

وبعض المدونات توفر العديد من الأخبار أو التعليقات عن موضوعٍ معين, والبعض الآخر تعمل كاليوميات الشخصية على الإنترنت، والمدونة النموذجية هي التي تجمع بين النصوص والصور , وروابط مدونات أخرى, وصفحات ويب, ووسائل الإعلام ذات الصلة بالموضوع.

وأول مدونة على الإنترنت كانت What's new?، لرائد الويب Tim Berner–Lee، في عام 1992, وبعده مباشرة قام Marck Andreesen، برفع صفحة مماثلة على المركز الوطني



لتطبيقات الكمبيوتر الضخمة National (NCSA) Center For Supercomputing Application، وكلتا المدونتان كان لها روابط فاعلة مع مواقع أخرى Hot Links، وجاءت أحداث 11سبتمبر في 2001, ثم غزو العراق في 2003، لتساعد على انتشار المدونات بالشكل الذي عليه اليوم، وتسجيله من قبل الموسوعات ومحركات البحث التي تبنت نظم إنشاء المدونات وإنشاء مواقع مضيفة لها الخدمات التي تقدمها للمستخدمين والباحثين.

ولم يسجل العالم العربي نسبة كبيرة في إنشاء المدونات, لكن بدايات المدونات العربية كانت بمدونة عبد الله المهيري من إمارة أبو ظبي Serdal.com، التي أنشئت في مارس 2004, وفي نفس العام بدأت المدونات المصرية في الظهور على الويب, وتزايدت الاستعدادات لانتخابات الرئاسة المصرية ومجلس الشعب, فبدأ المدونون المصريون الدخول إلى عالم المدونات من مدخل سياسي، بجانب الصفحات الأدبية والفنية والسياسية والشخصية والاجتماعية، وكانت البداية مع رائدي المدونات الزوجان الشابان علاء ومنال التي سميت المدونة باسميهما.

وكانت الحرب الأمريكية على العراق هي حرب المدونات الأولى Blog War, إذ ارتفع التدوين بين الجنود الأمريكيين, وأطلق عليها المدونات العسكرية Milblogs, وقد قدمت للقراء منظوراً جديداً حول حقائق الحرب, وقراءةً لأفكار الناس الذين كانوا في بؤرة الأحداث.

وفي عام 2004 تزايد دور التدوين والمدونين وأصبح اتجاهاً سائداً لمستشارين سياسيين، وبدؤوا في استخدامها للوصول إلى الرأي العام وتقديم الأخبار، وهذا يوضح الدور المتصاعد للمدونات بأنواعها كوسيلة إعلامية جديدة على شبكة الإنترنت.

ثالثاً: تعريف المدونات

استمدت المدونة Blog،اسمها من مصطلح Log، بمعنى التسجيل والتدوين ليوميات السفن أثناء الإبحار، ولأن ما يتم هو تسجيل أو تدوين على شبكة الويب Web , فقد تم صك المصطلح ليجمع بين العملية وموقع تنفيذها فكان مصطلح Weblog، وهو يعني سجل الويب Log of the Web، وقد صك هذا المصطلح Jorn Barger، في عام 1997.



وفي منتصف 1999، قام Peter Merholz، بشق المصطلح إلى شقين We blog، وبذلك أصبح المصطلح المختصر Blog، هو الأساس حتى الآن ومنه جاءت المشتقات الحالية لهذا المصطلح.

وقد تنامى هذا المصطلح Blog، منذ أكتوبر/تشرين الأول عام 2004، وما زال حتى الآن هو المصطلح السائد في كتابات الخبراء والباحثين, وكان هو الأساس في بناء

المصطلحات التي ظهرت بعد ذلك مثل Blogging بمعنى التدوين, Bloggers بمعنى المدونون، وهي المصطلحات التي دخلت قاموس اكسفورد في مارس 2003 وغيره من القواميس والمعاجم والموسوعات بعد ذلك.

وقد تعددت تعريفات المدونات، فركزت بعضها على خصائص هذه التقنية الحديثة، وركز البعض الآخر على توضيح آليات عملها وأهدافها، ويمكن ذكر العديد من هذه التعريفات، مثل:

1. المدونة هي آلية للنشر الإلكتروني على الإنترنت بأسلوب سهلٍ، تبعد المستخدم عن التعقيدات التقنية المرتبطة بالنشر على الإنترنت, وتتيح لكل شخص أن ينشر كتابته بسهولة بالغة, وتظهر المدونة نتيجة التعاون بين مقدم خدمة استضافة المدونات على الموقع، وبين المدونين أنفسهم، وذلك بأن يقوم مقدم الخدمة بتوفير آليات أشبه بواجهات البريد الإلكتروني على الإنترنت، تتيح:

- لأي شخص أن يحتفظ بمدونة ينشر من خلالها ما يريد.
- خصائص مكملة تقوم على تقنيات مشهورة لنشر التحديثات مثل (RSS,Atom,XML).
- وخدمات أخرى للربط بين المدونات والتفاعل بين المدونين والقراء، من خلال التعليق على مداخلات المدونة المختلفة.

2. المدونة هي موقع على الويب تتم عليه المداخلات بشكل الجريدة (الصحيفة)، ويعمل بنظام الميقات العكسي Chronological Order, حيث تقدم التعليقات أو الأخبار حول موضوعات خاصة، مثل الغذاء, السياسات, أو الأخبار المحلية، وتقوم ببعض الوظائف مثل المذاكرات الشخصية Personal Online Diaries, ويمكن أن تعرض النصوص والصور, ولها روابط مع المدونات الأخرى أو صفحات الويب, ووسائل أخرى ذات العلاقة بموضوعاتها.
3. المدونة حسب محرك البحث (Technorati) والمتخصص في المدونات هي صحيفة شخصية على الويب تسمح بنشر الأفكار والتعليقات، وهي أقرب إلى المحادثة منها إلى الأرشيف.
4. المدونة حسب الموسوعة البريطانية هي ملف أو مجلة يتبناها فرد أو جماعة أو مؤسسة، تسجل عليها نشاطها وأفكارها ومعتقداتها، بالإضافة إلى نشر الأخبار، وتسمح للزائرين بالتعليق عليها, ولها روابط خارجية مع مواقع أخرى على شبكة الإنترنت.
5. المدونة حسب موسوعة الويكيبيديا Wikipedia لا تختلف عن التعريفات السابقة, بالإضافة إلى تسجيل المداخلات ذات الاهتمام المشترك في أي وقت لاحق لتسجيلها وتخزينها في أرشيف المدونة.
6. المدونة حسب محمد عبد الحميد هي وسيلةٌ من وسائل الاتصال على الإنترنت، وشكلٌ من أشكال الصحافة الإلكترونية، ينشأها أفرادٌ أو جماعات لتبادل الأفكار والآراء حول الأخبار والموضوعات ذات الاهتمام المشترك، والتي يطرحها الناشر على صفحاتها ب:
   - نظام الإتاحة الفورية.
   - أو الاستدعاء اللاحق من أرشيف الرسائل، والروابط النصية الفائقة، دون قيودٍ على حرية الفرد في المناقشة والتعليق على الرسائل المتاحة بالنصوص.

- أو بالوسائط المتعددة، وكذلك حريته في التجول بين الروابط، واستدعاء الرسائل والمداخلات السابقة، وهذا التعريف هو أشمل التعاريف السابقة وفيه توصيفٌ لبنية المدونة وخصائصها.

رابعاً: خصائص صحافة المدونات

تستمد صحافة الشبكات مجموعة خصائصها وسماتها من الناحية التقنية، من شبكة الإنترنت التي تظهر عليها، كما تستمدها من مجموعة خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية أحياناً، والتي تشابهها في الأدوار والوظائف التي تحققها، لكنها تتميز بمجموعةٍ من الخصائص والسمات، تميزها عن غيرها من الوسائل الإلكترونية التي يستخدمها الجمهور في الوقت الحالي، ويمكن عرض هذه الخصائص فيما يلي:

1- **عملية اجتماعية:** تطرح صحافة المدونات أفكاراً أو قضايا أو وقائع ذات طابع شخصي، تستهدف مشاركة الآخرين بالرأي والتعليق أو النقد, بدءاً من العائلة والأصدقاء والجماعات الاجتماعية إلى كل أفراد المجتمع، وهذا ما يؤكد البعد الاجتماعي الذي يتمثل في الدعوة إلى المشاركة وتشكيل قوى متعددة للضغط والتغيير في المجتمع.

2- **تعدد مستوى الاتصال:** تجاوزت صحافة المدونات تسجيل وقائع الحياة الشخصية, وكذلك شكل المذكرات اليومية Diaries، إلى تجسيد مفهوم الاتصال بمستوياته المتعددة، من الشخصي إلى فئات القراء غير المتجانسين, والذين يتواصلون مع ناشر المدونة في الأفكار والآراء في الموضوعات ذات الاهتمام المشترك، في المجالات الاجتماعية والإنسانية، أو السياسية، أو الأدبية، أو الرياضية.

3- **تقديم الأخبار:** تهتم صحافة المدونات بالأخبار كوظيفة، بل إنها أصبحت في كثير من الأحيان مصدراً من مصادر الأخبار لوسائل الإعلام التقليدية.

4- **التنوع:** تشارك صحافة المدونات وسائل الإعلامية التقليدية في القيام بكل وظائف الإعلام، (التسلية والترفيه، والإعلان والتسويق، والتعليم، وغيرها)، ويتجلى ذلك في وجود المدونات الساخرة والفكاهية, والمدونات التجارية والتسويقية التي يستخدمها البعض

في الإعلان كمصدر تمويلي للناشر، وكذلك المدونات التعليمية لطلاب الجامعات وأعضاء هيئة التدريس.

5- **الميقات العكسي:** تتبنى صحافة المدونات مفهوم النشر والتوزيع على شبكة الإنترنت، سواء بالإتاحة الفورية, أو بالإتاحة اللاحقة التي ساهمت في توفيرها آليات التخزين في أرشيف المدونات بالميقات العكسي، (الرسائل والمداخلات الأحدث هي التي تتصدر العرض، مثل رسائل مايو/أيار 2008, ورسائل أبريل/نيسان 2008, وهكذا), وهو ما يعني الوارد أخيراً يظهر أولاً Last in first out.

6- **خدمة RSS:** تتيح صحافة المدونات خدمة النشر البسيط المتزامن RSS: Really Simple Syndication، والتي تقوم بتعميم الأخبار الحديثة والنصوص الموجزة وأي مستجدات، بشكل تلقائي على القراء المشاركين متى توافرت هذه المستجدات, ويتم توصيل العناوين والملخصات بشكل فوري عن طريق هذه الخدمة, ومعها الروابط الفائقة للنصوص الكاملة.

7- **من المرسل إلى المتلقي:** عدم وجود طرف ثالث في العلاقة الاتصالية عبر صحافة المدونات، بخلاف الناشر والقارئ فقط, ولا يمكن أن تتأثر هذه العلاقة بتدخل الغير أو المؤسسات بأنواعها، بالتخطيط أو التوجيه أو التمويل أو الدعم الذي يؤثر في بناء العلاقة الاتصالية وأهدافها, ويثير الشك في مصداقية العلاقة الاتصالية.

8- **الحرية**: والسمة المهمة لصحافة المدونات هي قدر الحرية التي أتاحتها للأطراف المشاركة في الإنشاء والكتابة والتعبير, دون قيود من الناشر على حرية القارئ في المناقشة والتعليق ونقد الرسائل والمداخلات بالوسائل المتعددة التي يراها أو أحدها، ودون أي أعباء مالية أو متطلبات مادية على الناشر أو القارئ.

9- **استخدام خاصية النص الفائق Hypertext:** وإتاحة النصوص المرتبطة بالرسائل داخل المدونات أو في مدونات أو مواقع أخرى خارجها، وهو ما يعني التأكيد على عرض الحقائق وتوثيقها, والتوسع في نشر الدليل لتأكيد المعاني, أو زيادة المعارف المتاحة على المدونات.

10- كسر حاجز الخوف: تكسر صحافة المدونات حاجز الخوف لدى المشاركين فيها، وتفتح الباب أمام التعبير عن الرأي مع إمكانية التخفي، كما تكسر قيود القوانين واللوائح، ولا يبقى ما يقيد الناشر في الكتابة إلا ضميره وأخلاقه وأمانته.

أسباب زيادة التفاعل مع المدونات:

أصبحت المدونات أو السلطة الخامسة، كما يطلق عليها البعض، العلامة المميزة في سماء الويب، ولأهمية هذه التقنية يذكر الباحثون عدداً من الأسباب التي جعلتها أكثر فاعلية وهي:

1. **خدمة RSS:** وهي معروفة بقدرتها على جعل المعلومات تأتي إليك من مصادرها بدلاً من زيارة المصدر يومياً.
2. **موقع Technorati:** أو ما يسمى مجازاً بمحرك Google للمدونات، فعن طريق هذا الموقع يمكنك البحث بين المدونات عن المواضيع المطروحة والمهمة.
3. **مجموعة المدونات Blogrolls:** ويقصد بها عناوين المدونات الصديقة التي تظهر على أحد أطراف المدونة.
4. **موقع Blogger:** وهو من المواقع التي تقدم خدمة عمل مدونة بسهولة.
5. **برنامج Word press:** وهو من البرامج المفتوحة المصدر والمجانية وسهلة الاستخدام، وأغلب المدونات العربية على الإنترنت تعتمد على هذا البرنامج.

خامساً: أهداف ووظائف التدوين

الأهداف:

1- توثيق الوقائع والأحداث وصور النشاط المختلفة في حياة الفرد، فكثيراً من الباحثين يدونون لتسجيل أنشطتهم وأحداثهم، لعائلاتهم وأصدقائهم, والمدونات استخدمت بواسطة الكثيرين كسجل للإعلام والتوثيق.



2- التعليق والشرح والتفسير وعرض وجهات النظر وليس مجرد المحادثة، ويرى البعض أيضاً أن التدوين متنفس للتعبير الذاتي في الأنظمة الديمقراطية، مع تجنب الجانب المظلم في التدوين، وهي الصورة النمطية المرتبطة بالثرثرة والتساهل فيها مع اهتمامات بسيطة لأي فرد.

3- التنفيس أو التطهير العاطفي، فقد رأى عدد من المبحوثين أن التدوين منفذ أو متنفس للأفكار والمشاعر في بعض الأحيان, عندما يكون المحتوى أكثر ارتباطاً بالعواطف، وقد يكون ذلك خروجاً عما يراه المدون الرئيسي.

4- مجال للتأمل والاستغراق في التفكير، فالتدوين يتيح للقارئ أو المدون المشارك اختبار أفكاره من خلال كتابتها للآخرين، وخصوصاً إذا ما كان يملك شيئاً يمكن أن يقوله حول ما قرأه في الأخبار، أو الجريدة، أو حتى الجريدة الجامعية، وبصفة عامة يقدم التدوين:

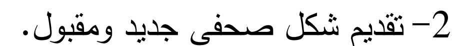
1- الكتابة بما يتفق مع خصائص القراء.

2- أرشيف قابل للاستخدام من الرسائل والمداخلات، والتي تعني وجود قراء منتظمين، يمكن أن تكون الكتابة مباشرة لهم.

3- التدوين كمنتدى جمعي، ورأى الباحثون من جانب آخر أن التدوين يمكن أن يدعم التجمعات, وبصفة خاصة التجمعات المتخصصة, كمدونات الشعر, والتعليم، وغيرها.

الوظائف:

1- إمداد الناس بالقصص التي لا تغطيها وسائل الإعلام التقليدية.



2- تقديم شكل صحفي جديد ومقبول.

3- إتاحة الفرصة للأقليات للتعبير عن آرائها ووجهات نظرها (التي لا يستمع لها أحد).

4- إنشاء جماعات جديدة للاهتمامات المشتركة.

5- إطلاق العنان للتعبير الذاتي.

6- دعم وسائل الإعلام السائدة بتقديم مصادر ووجهات نظر إضافية.

7- الاقتراب المباشر من الرأي العام.

8- منبر للنشطاء السياسيين والاجتماعيين.

9- تدعيم صوت المستهلك في مواقع التسويق.

10- مساعدة القارئ على فهم العالم (مثل مقالات وأعمدة الرأي).

11- دعم الشبكات الاجتماعية.

سادساً: أنواع المدونات وتصنيفها

يعكس تصنيف المدونات وأنواعها المختلفة، خصائص المدونين في كل تصنيف، والمشاركين فيها، وخصائص محتوى هذه المدونات، وقد تعددت تصنيفات المدونات وتعددت أنواعها، لكن يمكن الإشارة هنا إلى الأنواع العامة لهذه المدونات، وهي على النحو التالي:

مدونات حسب الشكل:

1- المدونات التي تحتوي روابط تشعبية: ويحتوي هذا النوع على العديد من الروابط التي يرى ناشر المدونة أنها تستحق الزيارة، إضافةً إلى وصفٍ مختصر للموقع المشار إليه بالرابط.



2- المدونات التي تحتوي المذكرات اليومية: وتتناول المذكرات اليومية لصاحبها، وليس بالضرورة أن تحتوي هذه المدونات على روابط لمواقع أخرى.

3- المدونات التي تحتوي مقالات: وتحتوي التعليقات على الأحداث والأخبار، من وجهة نظر المدون، أو مجموعة المدونين المشاركين.

4- المدونات التي تحتوي الصور: وتحتوي هذه المدونات الصور المختلفة الموضوعات، والأحداث، والشخصيات.

5- المدونات التي تحتوي مقاطع صوتية: ويمكن اعتبار هذه المقاطع برامج إذاعية قصيرة مسجلة بواسطة الناشر، يمكن تحميلها والاستماع إليها.

6- المدونات التي تحتوي مقاطع فيديو: وهي أحدث اتجاه في عالم المدونات، وتحتوي مقاطع فيديو يمكن تحميلها والاطلاع عليها.

مدونات حسب عدد المستخدمين:

1- مدونات شخصية: تهتم بتسجيل السيرة الذاتية والوقائع الخاصة للمدون، وتشمل المدونات الفردية، والمدونات العائلية والأصدقاء، والمدونات الجماعية.

2- مدونات عامة: وتهتم بالأحداث والوقائع العامة، وتستهدف مشاركة الآخرين بالرأي والتعليق عليه، وتشمل أيضاً المدونات الفردية والجماعية.

مدونات حسب المحتوى والوظائف:

1- مدونات الشؤون العامة والشؤون الداخلية.

2- مدونات المشاركة السياسية والحزبية.

3- مدونات الأدب والفن.

4- مدونات التسلية والترفيه.

5- المدونات التعليمية.

6- مدونات الترويج والإعلان والتسويق.

7- مدونات الاقتصاد والمال.

8- المدونات المهنية.

سابعاً: دور صحافة المدونات في إطلاق حرية التعبير

ظلت وسائل الاتصال والإعلام التقليدية، ولا سيما التلفزيون، والقنوات الإخبارية بالتحديد، تستأثر لفترةٍ طويلةً الساحة الإعلامية، وتنفرد بنقل أخبار العالم وتفسيرها وتأويلها، وقد ساهم في ذلك العديد من الظروف السياسية والعسكرية، كاحتلال الكويت من قبل العراق، وظهور قنواتٍ كالـ CNN الأمريكية، تنقل وتبث الأحداث بشكلٍ مباشر، وتؤثر بمجريات الأحداث وبالقرارات السياسية التي تتعلق بها، وقد وصل البعض إلى الحديث عن ظاهرة الـ CNN Effects، وعن الـ CNN، كعضوٍ سادس في مجلس الأمن الدولي.

وقد عملت هذه القنوات والوسائل، على فرض نوعٍ من الصمت لأصوات بعض الفئات من الجمهور المختلفة والمعارضة لتوجهاتها، ظل يتنامى، ويدور أصحابه فيه، كما تذكر نظرية دوامة الصمت لـ E.Neole Neumann، خوفاً من التعبير عنها والدخول في العزلة لاختلاف آرائهم، مع آراء وسائل الاتصال، والأغلبية من الجمهور، إلى أن ظهرت وسائل الاتصال الإلكترونية، ومن بينها صحافة المدونات، وذلك بعد أن تسرب المدونون إلى فضاء النشر والإعلام.

إذ ساعدت هذه الوسائل على الإعلان عن الرأي ووجهات النظر المختلفة، وطرح القضايا والمشكلات، التي لم تكن تجد صدىً في الوسائل القديمة، فساهمت في تكوين الرأي العام، وارتفعت ظاهرة المشاركة السياسية، وارتفعت بالتالي هيمنة الوسائل القديمة على الجمهور.

وعندها تم تعديل الغرض الأساسي لنظرية دوامة الصمت التي اقترحتها Neumann، أصبح هناك علاقة ارتباطية بين استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية الحديثة، وبين ارتفاع مستويات المشاركة السياسية، واتساع دائرة التعبير عن الرأي العام.

الخلاصة

تعتبر صحافة المدونات الإلكترونية الامتداد الطبيعي لتطور عملية النشر الإلكتروني عبر شبكة الإنترنت، وقد ساعدت الظروف والأحداث السياسية العالمية والإقليمية، والعوامل المتعلقة بفقدان الثقة بوسائل الاتصال التقليدية، وكذلك الظروف المتعلقة بتطور الإنترنت نفسها، وظهور خدمة الويب، على سرعة انتشار صحافة المدونات، وانتقالها من صفحاتٍ للمذكرات اليومية، إلى صفحات للمواطنين الذين يسعون للتعبير عن آرائهم في مجالاتٍ مختلفة سياسية، وعسكرية، واجتماعية، واقتصادية، ودينية، وغيرها من الموضوعات، التي لم تفسح لهم وسائل الإعلام التقليدية مجالاً للتعبير عنها، وأخيراً إلى شكلٍ جديدٍ من الصحافة الإلكترونية التي تقدم الأخبار والأحداث اليومية.

وتحقق المدونات أغلب وظائف الصحافة الإلكترونية، ك:

- تقديم الأخبار والمعلومات.
- وتحليل وتفسير المعلومات.
- والمساهمة في العملية التعليمية.
- والإعلان والتسويق.
- والمساهمة في أنشطة العلاقات العامة.
- والتسلية والترفيه.
- وإتاحة التعبير عن المواهب والإبداعات.
- والتعبير عن الآراء بحرية.

كل ذلك بفضل العديد من الخصائص التي اكتسبتها المدونات من خصائص الإنترنت نفسها. وبفضل تنوع أشكالها، المدونات النصية، أو المدونات المرئية، والصوتية، والمدونات المعتمدة على الوسائط المتعددة.

المراجع

1- تربان، ماجد سالم، (2008)، الإنترنت والصحافة الإلكترونية "رؤية مستقبلية"، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

2- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

4- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

5- الرحباني، عبير، (2012)، الإعلام الرقمي، الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

6- عبد الحميد، محمد، (2007)، الاتصال والإعلام على شبكة الإنترنت، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

7- عبد الحميد، محمد، (2009)، المدونات، الإعلام البديل، (ط.1)، القاهرة، عالم الكتب.

8- درويش اللبان، شريف، (2001)، تكنولوجيا النشر الصحفي، الاتجاهات الحديثة، (ط.1)، القاهرة، الدار المصرية اللبنانية.

9- بخيت، السيد، (2004)، الإنترنت وسيلة اتصالٍ جديدة، الجوانب الإعلامية والصحفية والتعليمية والقانونية، (ط.1)، الإمارات العربية المتحدة، دار الكتاب الجامعي.

10- بعزيز، إبراهيم، (2012)، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

تقوم المدونات بتحقيق وظائف، فهم العالم، تقديم الإخبار، المساعدة في العملية التعليمية.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

أول مدونة عربية كانت للمدونان المصريان، علاء ومنال.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

أول مدونة عالمية ظهرت عام 1992.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

تعمل المدونات بنظام الميقات العكسي، بمعنى أن الموضوعات الأحدث تعرض أولاً.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

تعمل المدونات العسكرية أو مدونات الحروب، على تسجيل تفاصيل الأحداث اليومية في زمن الحرب.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

المدونات التعليمية، يمكن أن تكون لبعض المحاضرين والمتخصصين في مجالٍ علميٍ ما.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

برنامج الـ Word Press، من أفضل وأسهل برامج تصميم المدونات، لكن تكلفته عالية.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

كلما زاد استخدام وسائل الاتصال الإلكترونية، كالمدونات، زادت حرية التعبير، وهو يتماشى مع نظرية دوامة الصمت.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

الوحدة التعليمية الثامنة

وسائل الاتصال الإلكترونية– الهاتف المحمول (1)

معلومات إضافية

الشبكة الخلوية cellular network:هي شبكة اتصالات مصممة خصيصاً لتخديم أجهزة الهاتف المحمولة. وتسمح الشبكة الخلوية للمشتركين فيها بالتجوال حيثما كانوا داخل بلدهم أو خارجه (شريطة توافر خدمة التجوال الدولي)والبقاء على اتصال مع المشتركين الآخرين ومع الشبكة العامة عن طريق أجهزتهم المحمولة. تقسم كل شبكة خلوية إلى مجموعة من الخلايا (ومن هنا جاءت التسمية) ويقوم مُرسل مُستقبل أو أكثر بتخديم كل خلية.

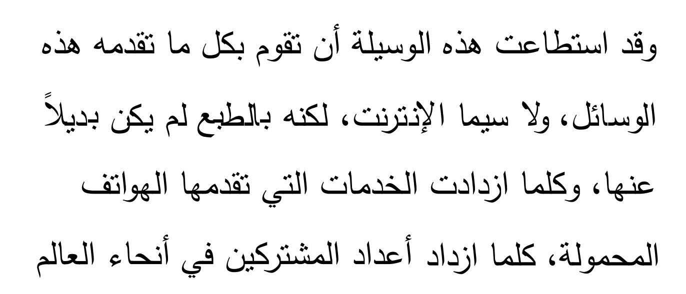
أولاً: مقدمة عن الهاتف المحمول

لم يلق الهاتف الاهتمام الكبير من قبل علماء الاجتماع والإعلام، مقارنة بالاهتمام الذي حظيت به شبكة لإنترنت، رغم اعتباره واحداً من وسائل التواصل الصوتي الاجتماعي في فترةٍ من الفترات، ولم تظهر الدراسات والأبحاث التي تناولت الهاتف وتأثيراته المختلفة، على مجالات الحياة الاجتماعية المتنوعة، وكذلك لم تظهر نظرية إعلامية واجتماعية متكاملة فيما يتعلق بوظائف ونتائج التليفون عامة، وقد اعتمد هذا الأمر على الهاتف المحمول أيضاً.

غير أن الهاتف المحمول الآن، وحسب العديد من الباحثين، أصبح الوسيلة:

- السابعة من وسائل الاتصال الجماهيري.
- الأكثر سيطرةً وهيمنةً على كل أدوات الإعلام.





وقد استطاعت هذه الوسيلة أن تقوم بكل ما تقدمه هذه الوسائل، ولا سيما الإنترنت، لكنه بالطبع لم يكن بديلاً عنها، وكلما ازدادت الخدمات التي تقدمها الهواتف المحمولة، كلما ازداد أعداد المشتركين في أنحاء العالم

ستتناول هذه الوحدة الهاتف المحمول بالتحديد، وتستعرض نشأته وتطوره، وملامح ومواصفات كل جيلٍ من أجيال هذا الجهاز، كما سيتم عرض لخدمات الإعلامية وغير الإعلامية التي يقدمها للعديد من مستخدميه الذين فاقوا السبع مليارات مستخدم، أي بعدد سكان الكرة الأرضية تقريباً.

ثانياً: الهاتف المحمول، النشأة والتطور

تكمن قوة الهاتف المحمول بغناه بالعديد من المزايا والخدمات التي يقدمها، كالتفاعلية والوسائط المتعددة، مع إمكانية نشر وتوزيع وتبادل المحتوى مع الأجهزة الأخرى، وقد مر الهاتف المحمول بسلسلةٍ من التطورات التقنية أضافت له مجموعةً من الخدمات الاتصالية والمعلوماتية، التي لبت الحاجات المتطورة نتيجة ظهور وانتشار هذه التقنيات.

ويشير الباحثون إلى أنه يمكن تقسيم ظهور الهاتف المحمول في سلسلة من الأجيال، عمل فيها منتجو هذه الأجهزة على تلافي أوجه الضعف والقصور التي ظهرت في الأجيال الأولى، إلى أن وصلت الأجهزة الآن إلى ما هي عليه من التطور والاستخدام، سواء من حيث الشكل، أو من حيث التطبيقات والبرامج والخدمات التي تقدمها، والتي مكنت الفرد من التواصل مع الآخرين بحرية، وبتكلفة مادية أقل، وبجودة عالية في نقل البيانات النصية والصوتية والمرئية، بشكلٍ يطغى على استخدام أجهزة الكمبيوتر المحمولة.

ويمكن رصد هذه الأجيال والتطورات التي طرأت على كلٍ منها، كما يلي:

الجيل صفر G0:

شكل الجيل صفر في سلسلة أجيال أجهزة الهاتف المحمول، البذرة الأولى لهذه الأجهزة، وقد ظهر الجهاز الأول في 17 أكتوبر/ تشرين الأول، عام 1973، من شركة Motorola، على يد الأمريكي Martin Cooper، وكان أول شخص يجري مكالمة تليفونية محمولة في شوارع مدينة نيويورك، مما أثار دهشة المارة، لكن الأمر استغرق عشر سنواتٍ أخرى ليظهر أول هاتفٍ محمول حقيقي من نفس الشركة.

وقد اتصف هذا الجيل من الهواتف بمجموعة من الصفات:



- محدودية موجات البث المتاحة لهذه الهواتف، مما نتج عنه انشغال الشبكة بسرعة.
- التداخل الصوتي، مما شكل إزعاجاً كبيراً للمستخدم.
- ضعف الإشارة من أبراج البث.
- لا يمكن للمستخدم أن يتحرك كثيراً أثناء استخدام الهاتف.

الجيل الأول G1:

تطورت أجهزة هذا الجيل قليلاً عما سبقه في الجيل صفر، لكنه ظل يعاني من أغلب المشاكل التقنية التي عانى منها سابقه، وقد ظهرت أولى أجهزته في عام 1982، ومن أمثلة هذا الجيل، جهاز Motorola، الذي يعمل لنصف ساعة قبل أن يحتاج لإعادة الشحن.

وقد اتصف هذا الجيل عموماً، بعدة مواصفات:



- كانت الهواتف المحمولة في ذلك الوقت كبيرة الحجم، باهظة الثمن، تدعم فقط المكالمات الصوتية.
- يعمل بالأنظمة التناظرية Analog، في بث الإشارات والأصوات.
- اعتمد معيار أو (الشبكة الخلوية) الـ NMT، في الدول الأوربية والاسكندنافية، واعتمد معيار EMBC، في الولايات المتحدة الأمريكية.
- عانت شبكة هذا الجيل من سعتها المحدودة، وضعف جودة الصوت، وسهولة التنصت على المكالمات، وصعوبة التنقل بالهاتف.
- صعوبة نقل البيانات الكبيرة الحجم وتبادلها.

- بطء التشغيل، ومحدودية القدرة على معالجة البيانات.

الجيل الثاني G2:

ظهر الجيل الثاني من الهاتف المحمول في التسعينيات، وأطلق عليه Second Generation Wireless Technology، وقد تميز هذا الجيل من أجهزة الهاتف المحمول، بتحويل شبكاته من التعامل مع الإشارات التناظرية Analog، إلى الإشارات الرقمية Digital، مما أدى إلى رفع مستوى الخدمات الاتصالية وجودتها بشكل أفضل من الجيل السابق.

وقد اتصف هذه الجيل بـ:



- أصبحت أجهزة الهواتف المحمولة أصغر حجماً وأقل سعراً.
- اعتماد معايير مختلفة للاستخدام، وأشهرها معيار الـ GSM، المستخدم في الدول الأوربية والأمريكية، لكن على تردداتٍ مختلفة.
- استطاع هذا الجيل تقديم خدمة إرسال الرسائل النصية القصيرة Text Message.
- كما قدم خدمة الاتصال بالإنترنت.
- وقدم خدمة التجوال العالمي والطوارئ، وإرسال واستقبال الـ Fax، وتحويل المكالمات لرقمٍ آخر، ومنع بعض المكالمات.
- حقق أعلى سرعة في نقل البيانات في ذلك الوقت، ووصلت إلى 20 كيلو بايت.

ونظراً لازدياد استخدام خدمة الهاتف المحمول والصعوبات التي كان يعاني منها، كانت الحاجة ملحة لظهور الجيل الثاني من نفس هذا الجيل وهو G2.5، وقد حاول تقديم خدماتٍ أفضل، فاتصف بـ:

- نقل البيانات بشكلٍ أسرع عبر شبكاته،فوصلت سرعته من 30- 100كيلو بايت في الثانية.
- ظهور العديد من الخدمات مثل خاصية الانتظار، والاتصالات المتعددة حتى خمسة أشخاص.
- سرعة أعلى في نقل البيانات، والاتصال بالإنترنت، وتحديد هوية المتصل، والبريد الصوتي.
- القدرة على استخدام الخرائط الملاحية GPS.
- القدرة على إرسال الوسائط المتعددة MMS، وتنزيل النغمات والرنات، وألعاب الجافا.
- حماية البيانات، وصعوبة التنصت.

الجيل الثالثG3 :

ظهر الجيل الثالث من الهاتف المحمول Third Generation Wireless Technology، في عام 1999، وهو الجيل الأحدث في تقنيات الهواتف المحمولة الذي يتيح التواصل بطرق متقدمة، وبسرعات عالية تفوق ما كان متوفراً في الأجيال السابقة.

ومن أهم مزايا هذا الجيل:

- القدرة على دعم عددٍ أكبر من مستخدمي الصوت والبيانات في وقت واحد، وبمعدلات نقل بيانات سريعةٍ جداً.
- استندت شبكات الجيل الثالث على معايير الاتحاد الدولي للاتصالات ITU، ضمن برنامج الاتصالات النقالة الدولي AMT 2000.



- القدرة على نقل البيانات الصوتية، مثل المكالمات الهاتفية، والبيانات غير الصوتية، مثل مكالمات الفيديو، وتحميل المعلومات والموسيقى والصور، والرسائل الفورية، والاتصال بالإنترنت، وتبادل الرسائل الإلكترونية في وقت واحد.
- إمكانية استقبال البث التليفزيوني، ومشاهدة القنوات الفضائية بكفاءة وجودة عالية، والمشاهدة حسب الطلب.
- إمكانية ممارسة الألعاب التفاعلية.

- كما يتيح هذا الجيل خدمة التجارة عبر الهاتف المحمول M-Commerce، وهي ممارسة عملية البيع والشراء عن طريق الإنترنت المتوفر في أجهزة المحمول.
- ارتفاع كلفة الترخيص وكلفة بناء البنى التحتية الضرورية، وكذلك أسعار الهواتف الخاصة بهذا الجيل.
- نقص التغطية، والأسعار العالية لبعض الخدمات، لا سيما الاتصال بالإنترنت فضلاً عن إثارة التساؤلات حول الموجات الكهرومغناطيسية، وتأثيرها على صحة الفرد.

وقد كانت الفكرة السائدة آنذاك أن مكالمات الفيديو، وهي أكثر التطبيقات التي استخدمت في الترويج عن الجيل الثالث، هي أكثر ما سيدفع المستخدمين للانتقال للجيل الثالث, لكن جمهور المستخدمين أثبت عكس ذلك, إذ أن مكالمات الفيديو شغلت حيزاً صغيراً من أكثر تطبيقات الجيل الثالث استخداماً، في حين حل في المقدمة تطبيقات تنزيل ملفات الموسيقى، ومقاطع الأفلام، والصور، كأكثر تطبيقات الجيل الثالث استخداماً.

وأدى الطلب المتزايد لسرعة أكبر، إلى ظهور الجيل الثالث المتطور G3.5، والذي دعم سرعة أكبر في إرسال البيانات، بسرعة قاربت المليون وستمائة ألف حرف في الثانية، واتصف هذا الجيل باستخدم بروتوكول التواصل HSDPA، عالي السرعة، مما أتاح معدلات نقل بيانات أشد

سرعة، وأيضاً أدى إلى ظهور الجيل الثالث المتقدم G3.75، والذي شهد تطوراً أكبر في مجال تحميل البيانات Uplink.

الجيل الرابع G4:

ظهرت بروتوكولات الجيل الرابع من شبكات الاتصالات اللاسلكية Fourth Generation of Wireless Communications، قبل حلول العام 2010، و يعتمد الـ G4، على ربط شبكات غير متجانسة، مثل شبكة الهاتف المحمول، شبكة الاتصالات اللاسلكية، شبكة الأقمار الصناعية، ويمكن للمستخدم التنقل بين هذه الشبكات بكل سهولة.

وقد اتصف هذا الجيل بمجموعة من المواصفات، منها:

- توفر معدلات سرعة 100 ميجابايت، و1 جيجابايت، في بيئات داخلية وخارجية، مع مستويات أمان عالية، وإتاحة أي نوع من الخدمات في أي وقت وأي مكان بتكلفة مقبولة.
- الجيل الرابع للاتصالات ليس تقنيةً أو معياراً واحداً، إنما مجموعةً من التقنيات والبروتوكولات، تتيح معاً شبكةً لاسلكية بأقصى فعالية وأفضل الخدمات وأقل التكاليف، وقد تم تشغيل هذه الشبكة لأول مرة في مدينة شنغهاي الصينية، حيث وصلت سرعة نقل البيانات إلى 3.101 ميجابايت، لأجهزة الهاتف.
- أتاحت السرعة الأعلى لمستخدمي الهاتف المحمول، تحميل ملفات فيديو أطول مدة وأفضل نوعية بكثير.
- تحقيق السرعة الفائقة في التعامل مع الإنترنت، خصوصاً أنه يتشارك معها في بروتوكول IP، الذي يدير تناقل الملفات عبر الشبكة العنكبوتية، ومن خلال هذا البروتوكول أصبح بإمكان المستخدم التحدث، وكتابة الرسائل، وتبادل الملفات، وتصفح الإنترنت في آن واحد.
- ارتفاع مستويات الأمان في المعلومات المنقولة عبر شبكاته، بفضل استخدام وسائل تشفير بالغة التعقيد.

- وفي هذا النوع من شبكات الجيل الرابع تجري الاتصالات عبر ملفات رقمية كلياً، تقدم خدمات الاتصالات اللاسلكية، عريضة الحزمة، Broad Band، في أي مكان وزمان، فضلاً عن أنها قادرة على تغطية مساحات واسعة، سواء في المدن أو الضواحي أو الأرياف.
- تخفيض كلفة الاتصالات والخدمات خصوصاً مع الزيادة المطردة في أعداد جمهور الهاتف المحمول.
- تستطيع تلك الشبكات التعامل مع تقنيات الكمبيوتر المتقدمة والمعقدة، مثل تقنية المحاكاة الافتراضية Simulation، تلك التقنية التي تستعمل في أشياء متطورة تبدأ بالألعاب، والأعمال الحربية وتدريباتها المعقدة، فضلاً عن استخداماتها المتوسعة في قطاعات صناعية مختلفة.
- تتعامل تلك الشبكات مع واقع استخدام الأقمار الصناعية للأغراض التجارية على نطاق واسع، وبالتكامل مع الشبكات الأرضية، مما أتاح التوسع في توفير الخدمات في الأماكن التي تغيب عنها وسائل الاتصال التقليدية، مثل الصحارى والغابات، وقد شملت تلك الخدمات البث المتلفز الرقمي، والنظام الشامل لتحديد المواقع GPS، ونظام Galileo الأوربي، الذي ينافس الـ GPS، والشبكات التفاعلية للتعليم وغيرها.

لكن هناك مشكلة حقيقية لم يتم التغلب عليها بعد، ألا وهي كفاءة البطاريات المستخدمة داخل الهواتف المحمولة، فالمشكلة التي يعاني منها المستخدمون الحاليون تتمثل في ضعف البطارية أو قصر مدة عملها، خاصة مع قضاء الناس المزيد من الوقت أمام أجهزتهم سواء للعمل، أو ممارسة الألعاب، أو مشاهدة التلفاز عبر شاشاته الملونة، وهذا يعني أن أجهزة المحمول تستخدم لساعات طويلة في اليوم.

وتحاول بعض شركات الهواتف المحمولة التغلب على تلك المشكلة، من خلال تقديم بطاريات قلوية تعمل تماماً مثل الأنواع الأخرى من البطاريات، إلا أن أحد أطرافها قابل للفتح، ويثبت بالداخل قابس USB، يستخدم في إعادة الشحن من حاسب شخصي.

الهواتف الذكية:

ليست الهواتف الذكية جيلاً جديداً من أجيال الهاتف المحمول، بل هي تطبيقٌ عملي على تقنيات الجيل الرابع منه، والهواتف الذكية Smart Phones، مصطلح يطلق على الهواتف التي أصبحت تعمل بنظام تشغيل محدد، كأنظمة تشغيل أجهزة الكمبيوتر، وتتيح هذه الأجهزة:

- تصفح الإنترنت والبريد الإلكتروني.
- واستخدام تطبيقاتٍ مختلفة من تطبيقات الكمبيوتر.
- بالإضافة إلى الخدمات الهاتفية كالاتصال وإرسال الرسائل القصيرة واستخدام الكاميرا.



ولكي تتمكن الهواتف الذكية من القيام بكل هذه الوظائف، فإنَّها تحتاج لمواصفات عالية من معالجات، وكاميرات بدقة عالية وذاكرة عشوائية تستطيع استيعاب كل هذه التطبيقات.

استطاعت الهواتف الذكية التقريب بين الناس وتلبية احتياجاتهم جميعها، فقد تمكن الأفراد المستخدمين لهذه الأجهزة من التواصل الاجتماعي عن طريق شبكات التواصل الاجتماعي، والحصول على الكثير من المعلومات، كحالة الطقس، والأخبار، والحجوزات، وغيرها، كما استطاعوا مشاهدة مقاطع الفيديو والتقاط الصور ومعالجتها، واستخدام الخرائط وتحديد المواقع بدقة وسرعة عالية، وكذلك تشغيل الألعاب المتطورة.

ثالثاً: ميزات الهواتف الذكية

1. **نظام التشغيل Operating System:** يحتوي الهاتف الذكي على نظام تشغيل شبيه بأنظمة تشغيل الكمبيوتر، قادر على استغلال ميزات الهاتف التقنية إلى أقصى

حد، ويمثل نظام التشغيل، الواجهة التي تمكن مقتني الجهاز من الدخول وتفعيل كل ما يحتويه الهاتف من قطع، ومن أبرز أنظمة التشغيل المنتشرة حالياً Android، و Ios، و Windows Phone.



2. **المعالج Processor:** تحتاج الهواتف الذكية إلى معالجات سريعة، بسبب استخداماتها المتعددة التي تقارب الحواسيب أحياناً، وكلما كان المعالج أسرع في معالجته للبيانات، كلما كان الجهاز أفضل.



3. **الذاكرة Memory:** وهي الجزء المسؤول عن حفظ البيانات والمعلومات على الأجهزة الذكية، وتقسم إلى قسمين:

- ذاكرة داخلية تستخدم لحفظ أنظمة التشغيل والملفات الأخرى.
- وذاكرة خارجية يمكن إضافتها حسب رغبة المستخدم وحسب قدرة الجهاز على تركيبها.



فإن لم يكن ممكن إضافتها، فإن الذاكرة الداخلية تكون ذات سعة عالية تساعد على الاستغناء عن تركيب الذاكرة الخارجية.

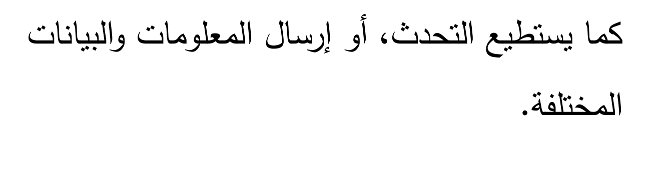
4. **الشاشة:** وهي عنصرٌ مهم لتحديد نوع الهاتف وميزاته، وتتنوع الشاشات، فقد تعتمد على



اللمس أو تكون شاشة عادية، وقد تكون LED، أو LCD، هذا بالإضافة إلى توافرها بعدة أحجام قد تصل إلى 6.4 إنش.

5. **الاتصال:** يستطيع المستخدم للهاتف الذكي بفضل تقنياته، الاتصال بالإنترنت،





كما يستطيع التحدث، أو إرسال المعلومات والبيانات المختلفة.

6. **التطبيقات:** تعتمد التطبيقات التي يمكن تحميلها على الهاتف الذكي، على تنوع التطبيقات



الموجودة في متجر التطبيقات المثبت على نظام التشغيل، وكلما زادت التطبيقات، كلّما استطاع المستخدم استخدام هاتفه للدرجة القصوى.

رابعاً: الخدمات الإعلامية التي يقدمها الهاتف المحمول

الخدمات العامة:

غيرت الهواتف المحمولة الآن ولا سيما الذكية منها، فكرة الهاتف عموماً، وأصبحت جزءاً من وسائل اتصالية يعتمد عليها الفرد لتحقيق العديد من الوظائف، ولأداء العديد من الخدمات، وقد ذكر الباحثون الكثير من خدمات الهاتف المحمول، مثل:

- أول وسيلة اتصالٍ شخصية.
- وسيلة دائمة الاتصال.
- وسيلة اتصالٍ مباشرةٍ.
- يساعد المتلقي في بناء وتصميم محتوى الرسائل الإعلامية.
- أول وسيلة تقدم البيانات والمعطيات للجمهور بشكل دائم.
- يستطيع وحده التقاط ما هو متوفر على الشبكات الاجتماعية وينشره ويوزعه.



الخدمات الإعلامية:

1- **الخدمات الإخبارية:** تقدم أجهزة الهاتف المحمول طيفاً واسعاً من الخدمات الإخبارية، التي تشمل ما تقدمه وكالات الأنباء وبعض الصحف اليومية بشكل نصوص ترسل إلى المشتركين, وهي في العادة يتم تصنيفها تحت عناوين مثل الأخبار, المال, الترفيه والمرأة، وغيرها من الموضوعات والأخبار.



2- **خدمات الأخبار المصورة:** أصبح الهاتف المحمول حالياً أداةً رئيسية في توزيع مواد



الفيديو القصيرة، التي تمثل شكلاً أساسياً للإعلام الجديد، وتشمل مجموعةً كبيرة من المواد المصورة منزلياً، أو تلك التي تعدها جهات محترفة, مثلما هو الحال بالنسبة لمواد الفيديو المتقطعة من المباريات الرياضية.

3- **الخدمات التجارية:** وتشمل الخدمات التجارية وعمليات البيع والشراء على نطاقٍ واسع، خاصة مع توفر وانتشار الهواتف الذكية بشكل كبير , ويستطيع الأفراد من خلال هذه الأجهزة الحصول على الأسعار المنخفضة والمتوسطة القادرة على تلبية استخدامات استهلاكية منخفضة وكبيرة للأفراد وللشركات, ويجري حالياً تقييم الهواتف المحمولة كأدوات للتجارة, لتقديم أجهزة عملية تلبي جميع متطلبات الأفراد والشركات التجارية خلال السفر والترحال.



التوعية الاجتماعية والأمنية والصحية: وتشكل هذه الخدمة مدخلاً جديداً للمؤسسات المختلفة الحكومية والأهلية، لتوصيل رسالتها التوعوية من خلال أجهزة الهاتف المحمول، لمجموعات هائلة من الناس, خاصة في الحالات التي تستدعي الوصول السريع للناس.



4- **متابعة الخدمات المصرفية:** توفر هذه الخدمة للجهات المصرفية، التواصل مع العملاء،



بتوفير بيانات خاصة بحساباتهم المصرفية وحركة أموالهم، كما هو الحال في المصارف وشركات نقل الأموال، فالبنوك ووكالات قروض الائتمان، تعمل على الاستفادة من الهواتف المحمولة، بالتوجه نحو توفير حماية التعاملات المالية عبرها، وعبر غيرها من أجهزة الاتصال الأرضية.

5- **الترويج والإعلان:** أصبح الإعلان عن طريق الهواتف المحمولة حالياً أمراً عادياً, إذ يتم الإعلان عن الخدمات والسلع المختلفة، وعن الأحداث المنتظرة.



خدمات الإنترنت: توفر الأنظمة الجديدة من الهاتف المحمول خدمة الاتصال بشبكة الإنترنت، وخدمات الـ Web، والاطلاع على البريد الإلكتروني، وإرسال الرسائل الإلكترونية، واستخدام خدمات الدردشة، والبحث والحصول على المعلومات من مواقع الإنترنت الكثيرة، وغيرها من تطبيقات الإنترنت.



6- **الألعاب والتسلية:** أصبحت معظم الأجهزة الجديدة عبارة عن محطة مصغرة للألعاب

الإلكترونية التفاعلية، وهي تمثل بديلاً محمولاً لممارسة هذه الألعاب مع الآخرين في أي مكان.



7- **تشغيل الموسيقى:** تشمل هذه الخدمة تشغيل تسجيلات mp3، وmp4، والأغاني، بامتدادات مختلفة، والاستماع إلى الراديو ومسجل الصوتيات عبر خطوط الإنترنت، إضافةً إلى خدمات تبادل وبيع النغمات التي تمثل تجارة ضخمة الآن.



النكت والطرائف: أصبحت الهواتف المتحركة جزءاً أصيلاً من آليات التواصل الاجتماعي, وتبادل الطرائف اليومية بين الناس, بل كرست بعض الجهات تقديم طرف ونكات للجمهور بشكل دوري.



8- **الترجمة الفورية:** توفر أجهزة الهاتف المحمول الجديدة خدمة الترجمة للغات المختلفة،



وذلك من خلال العديد من البرامج والتطبيقات التي يمكن تحميلها على الجهاز نفسه, أو أن تقوم إحدى الجهات بترجمة النصوص القصيرة آلياً، من خلال بعض خدمات الترجمة التي تقدمها محركات البحث، أو بعض المواقع الإلكترونية، والتي يمكن استخدامها من خلال هذه الأجهزة.

9- **البحث عن المعلومات:** تمكنت أجهزة الهاتف المحمول من التحول إلى أدوات للبحث والحصول على كمية غير محدودة من البيانات، مع القدرة على الدخول إلى عددٍ غير محدود من مواقع الإنترنت, كما استخدمت هذه الأجهزة للبحث والتنقيب وتحليل كميات كبيرة من المعلومات التي أمكن الدخول إليها في السابق.



10- **الخدمات الأمنية:** وتشمل هذه الخدمات مراقبة حركة المرور، وعمليات الإنقاذ والإغاثة في حالات الكوارث, وتطبيقات البحث عن قواعد المعلومات والمعلومات الأساسية في هذا المجال، وفي مراقبة المرور تقوم الهواتف المحمولة بالحصول على المعلومات عن طريق الاتصالات المباشرة مع الهواتف المتحركة الأخرى الواقعة على طول الطريق الذي يزمع سائق أن يأخذه.



11- **خدمات تحديد المواقع:** تعمل بعض الهواتف المتحركة على خدمة الملاحة، التي تعتمد على الأقمار الصناعية لنظام تحديد المواقع العالمي GPS Global Positioning System، الذي يمتاز بقدرته العالية على تحديد الموقع الجغرافي والإبلاغ عنه, وقد باتت هذه الخدمة تشكل جزءاً مهماً في العديد من الأعمال والنشاطات الترفيهية.



12- **خدمة رسائل الوسائط المتعددة:** تعتبر خدمة رسائل الوسائط المتعددة معياراً لأنظمة إرسال هاتفي، تسمح بإرسال الرسائل المصورة، والتي قد تحمل تسجيلاً صوتياً، مقاطع فيديو مع النص، وليس فقط لإرسال النص كما في خدمة الرسائل القصيرة، وقد طورت هذه الخدمة ضمن برنامج شراكة الجيل الثالث للهاتف الخلوي GPP3.



13- **خدمة الـ Web:** وهو نظام يحول صفحات الـ Web، إلى صفحات تناسب شاشات الهاتف المحمول، وهي تعمل على تجريد صفحات الـ Web من الوسائط المتعددة، وذلك للمساعدة على استخدامها، وتقديم العديد من المعلومات السريعة، مثل أسعار العملات والأسهم، وحركة الطيران والطقس، وغيرها من المعلومات، وتقدم خدمة الـ Web، أيضاً خدمات الدردشة، المساعدة في الأعمال التجارية، المراقبة عن بعد، بالإضافة إلى الحصول على المعلومات المختلفة مع إمكانية نقل الملفات المتنوعة.



الخلاصة

أثار استخدام الهاتف المحمول، من قبل الملايين من المستخدمين في أنحاء العالم المختلفة، والخدمات الاتصالية والمعلوماتية التي يقدمها، بجودة وسرعة عالية، وبتكلفة منخفضة، اهتمام العديد من الباحثين والمهتمين، وقد عملت التطورات التقنية التي أدخلت على شبكات أجهزة الهاتف المحمول، على إعادة النظر به، واعتباره إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية، التي تقدم الخدمات المعلوماتية، الصوت والبيانات، ومقاطع الفيديو، والبث التلفزيوني، وغيرها من الخدمات، التي تجعله الآن الوسيلة الأثيرة عند شريحة كبيرة من الجمهور.

وقد مر تطور هذه الأجهزة بعدة مراحل وأجيال، من الجيل صفر، إلى الجيل الرابع، والهواتف الذكية، التي تعمل كأجهزة كمبيوتر مصغرة، فاعتبرت ثورةً في عالم الاتصالات، لأنها تلبي أغلب حاجات وتفضيلات المستخدم، وقد قدمت هذه الأجهزة العديد من الخدمات، منها: الخدمات الإخبارية النصية والمصورة، والخدمات التجارية، والخدمات المصرفية، والإعلان والتسويق، وخدمات التوعية والتثقيف، وخدمات الإنترنت، والألعاب وتبادل النكات والطرائف، وخدمات الطوارئ، وغيرها من الخدمات التي تطورت بفضل العديد من التطبيقات والبرامج التي تستخدمها هذه البرامج، ومن ضمنها تطبيقات الهواتف الذكية التي تستخدم الآن.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

ظهر الجيل صفر أول أجيال الهاتف المحمول، عام 1982.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

الجيل الثالث من أجيال الهاتف المحمول، عام 1999.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

من خصائص الجيل الثالث، اعتماده على ربط ثلاث شبكات، الأقمار الصناعية، الهاتف المحمول، الشبكات اللاسلكية.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

من مواصفات الجيل الثاني، دعمه للمكالمات الصوتية فقط.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

من الخدمات التي يقدمها الهاتف المحمول، خدمة الويب، بمعنى تقديم كل خدمات الاتصال عبر الإنترنت.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

تشمل الخدمات الأمنية، مراقبة حركة المرور.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

تشمل الخدمات المصرفية، خدمة التعرف على الرصيد، والاتصال مع العملاء.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

الجيل الثالث، جاء ليدعم خدمة الرسائل المعتمدة على الوسائط المتعددة.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

الهاتف المحمول الذكي، جهاز يعمل كما الكمبيوتر من خلال نظام تشغيل خاص.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

من أنظمة تشغيل الهواتف المحمولة الذكية، نظام الأندرويد.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

عدد التطبيقات التي يمكن تحميلها على الهاتف المحمول، يعتمد على التطبيقات المثبتة في متجر التطبيقات فيه.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

المراجع

1- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

2- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

4- الرحباني، عبير، (2012)، الإعلام الرقمي، الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

5- بعزيز، إبراهيم، (2012)، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

6- فايز عبده قطب، فاطمة، (2008)، إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر، وآفاق المستقبل، متاح على: https://fatimahfayez.wordpress.com، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

7- محمد صالح، أحمد، نحو نظرية اجتماعية للهاتف المحمول، متاح على: http://www.anfasse.org، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

8- محمد، محمد، الهواتف الذكية، متاح على: http://mawdoo3.com، تاريخ التصفح:2014/12/24.

9- سيد إمام، أحمد، الهواتف الذكية، متاح على: http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

10- الهواتف الذكية: http://arab-ency.com/index.php، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

11- Wei, Ran,(2008) Motivations for using the mobile phone for mass communications and entertainment, available at: http://dl.acm.org/citation.cfm. Retrieved at:24/12/2014.

12- T,Ahonen, Tomi,(2008), Mobile as 7th of the Mass Media FuturtextLtd. Cellphone, Cameraphone, iPhone, Smartphone,

الوحدة التعليمية التاسعة

وسائل الاتصال الإلكترونية– الهاتف المحمول (2)

أولاً: مقدمة عن الهاتف المحمول

كشفت الدراسات التي بحثت في استخدام الهاتف المحمول من قبل شرائح المجتمع المختلفة، عن دوافع متنوعة للاستخدام، وبينت أن هذه الدوافع تتباين تبعاً للمتغيرات الديمغرافية والشخصية لهؤلاء الأفرد، كما كشفت هذه الدراسات أيضاً عن وظائف متعددة يحققها الهاتف المحمول:



- بعضها يتشابه مع الوظائف الأساسية لوسائل الاتصال والإعلام الجماهيرية، والمتمثلة في الوظائف الأساسية، كالإشراف على الوسط المحيط، والتحليل والتفسير، والمساعدة في التنشئة الاجتماعية، والترفيه، يضاف إليها وظائف التعليم، وتحقيق ترابط المجتمع ونقل تراثه، ووظيفة الرقابة، والإعلان والتسويق، والمساهمة في تكوين الرأي العام.

- وبعضها الآخر، كتحقيق التواصل الاجتماعي، تنفرد فيها الهواتف المحمولة مع الإنترنت، وشبكات التواصل الاجتماعي.

في هذه الوحدة سيتم التعرف على دوافع استخدام الهاتف المحمول، والوظائف التي يقدمها، وأجيال الهاتف المحمول التي دعمت بعض الوظائف أكثر من غيرها، سواء منها الوظائف الإخبارية، أو الاتصالية، أو الاجتماعية، أو الإعلانية وغيرها، كما سيتم عرض إيجابيات أجهزة الهاتف المحمول وسلبيات استخدامه، وكذلك التطرق إلى التوجهات الجديدة نحو إطلاق نظرية إعلامية واجتماعية تتناول هذا الجهاز وتأثيراته المختلفة.

ثانياً: دوافع استخدام الهاتف المحمول

تطور دوافع استخدام الهاتف المحمول:

رغم ازدياد عدد مستخدمي الهاتف المحمول على مستوى العالم كله، ورغم تنوع استخداماتهم، وتعدد الوظائف التي تحققها لهم هذه الأجهزة في الوقت الحالي، إلا أنهم في الغالب يبدؤون استخدامهم بمطالب بسيطة، وسرعان ما تتطور هذه الاستخدامات بعدما يتلمسون الخدمات المتطورة والحاجات المتنوعة التي يمكن أن يلبيها لهم، وقد تطورت دوافع استخدام الهاتف المحمول خلال مراحل تطور أجياله، كما تطورت الخدمات التي تقدمها شبكاته، ويمكن رصد هذه الدوافع كما يلي:

1. في بداية ظهور الهاتف المحمول، الجيل الأول والثاني، انحصرت دوافع استخدامه في الاتصال في الحالات الضرورية، وغير الروتينية، وذلك من أجل:
    - الاطمئنان على الأهل والأصدقاء.
    - الاتصال من أجل طلب المساعدة الأمنية، أو الطبية، في حالات الطوارئ.
2. أما مع ظهور الأجيال الثانية المتطورة، والجيل الثالث والرابع، فقد تطورت دوافع الاستخدام وتنوعت، بتنوع الخدمات المتعددة التي تقدمها، وقد رصدت إحدى الدراسات هذه الدوافع وأظهرت نتائجها العديد من دوافع الاستخدام، منها:
    - الحصول على الأخبار.

- تصفح صفحات الـWeb لأغراضٍ مختلفة.
- تمضية الوقت والتسلية والترفيه، وذلك من خلال استخدام ألعاب الفيديو، أو ألعاب الهاتف المحمول نفسه.
- التفاعل والتواصل مع الآخرين.
- إجراء المكالمات الصوتية.
- الحصول على المعلومات والبيانات، وتبادلها مع الزملاء والعديد من الوسائل الاتصالية.
- التعرف على الإعلانات والعروض الترويجية، لبعض المحلات والسلع والخدمات.
- الاطمئنان على الآخرين، كالأولاد والأهل والأصدقاء.
- الشعور بعدم الوحدة.
- حب الظهور، وتعزيز الوضع الاجتماعي.
- الشعور بالثقة، الشعور بالأمان والاطمئنان، والاستقلالية الذاتية.
- إزالة الضغوطات الاجتماعية من خلال التحدث عبر الهاتف.
- تلبية حاجات الأسرة وتنظيم الشؤون الأسرية.
- استخدامه في الحالات الحرجة والحالات غير المتوقعة (الطارئة).

اختلاف دوافع استخدام الهاتف المحمول:

أظهرت دراسات أن دوافع استخدام الهاتف المحمول تختلف باختلاف:

- الفئات والشرائح النوعية والعمرية والثقافية.
- وطبيعة المهن التي يعمل بها الأفراد، فالآباء يستخدمون الهاتف المحمول بدافع الأمان والاطمئنان على الأولاد، وليس الترفيه، بينما يستخدمه الأولاد للتواصل مع الأصدقاء، ولتصفح الإنترنت، واستخدام البريد الإلكتروني.



وقد أشارت هذه الدراسات إلى أن الأولاد يشعرون بالحرمان إذا ابتعدوا عن الهاتف المحمول، وأن أجهزتهم تبقى مفتوحة على مدار الأربع والعشرين ساعة، فالهاتف المحمول الآن ليس مجرد هاتف بالنسبة لهم، بل إنه جهاز متكامل، فهو يقدم الاتصال الصوتي، وتصفح الإنترنت، وإرسال الرسائل، وكاميرة رقمية، وكاميرة فيديو، ومسجل للصوت، وبوصلة.

كما دلت الدراسات إلى تقارب نسب استخدام الذكور والإناث للهاتف المحمول في العالم، لكن الدراسات العربية أشارت إلى أن الإناث أكثر استخداماً له من الذكور، خاصةً في المجتمعات المحافظة، حيث لا يسمح لهن بالخروج كثيراً، ويشير أغلب الباحثين إلى أن فئة الشباب هم أكثر استخداماً للهاتف المحمول من الفئات العمرية الأخرى، وأن أصحاب المهن الضرورية والمهمة على مدار الساعة، كالأطباء، والإعلاميين مثلاً، هم أكثر استخداماً لهذه الأجهزة، وفي هذا المجال، فقد ظهر أن الدوافع المهنية لاستخدام الهاتف المحمول في العمل الإعلامي أو الصحفي تتلخص في:

- استمرار الاتصال والتواصل مع الزملاء داخل المؤسسة وخارجها، حيث يكون المندوبون والصحافيون والمراسلون والإعلاميون، بحاجة ماسة لاستخدام الهواتف النقالة لتسهيل مهمتهم، من خلال التواصل مع مؤسساتهم الإعلامية والصحافية، أو قد يحتاجون إلى كاميرات تصوير إضافية، أو قد يضطرون لتوضيح الأحداث المتوقعة وذلك من خلال الهاتف المحمول.
- الاطمئنان عن المراسل أو المندوب الصحافي الذي يرسل في مهمة محددة.
- الكفاية والتكلفة والإنتاجية المتحققة في أداء العمل.

ونتيجة لازدياد الحاجات والمتطلبات من هذا الجهاز، فإن الشركات المنتجة لهذه الأجهزة، تسعى لابتكار أجهزة متطورة تحمل استخدامات جديدة للهاتف المحمول، وتجعله كما هو الآن يتغلب على استخدامات الأجهزة الاتصالية الأخرى.

ثالثاً: وظائف الهاتف المحمول

انتشر الهاتف المحمول في بدايات عهده، بين أوساط قطاعات معينة من الناس، كرجال الأعمال والأثرياء والمهنيين، والذين يستلزم طبيعة عملهم التواجد والحضور الفوري كالأطباء، بل إن البعض يذكر أن أجهزة الـ Beiger، التي كان يحملها الأطباء للتواصل معهم، والحضور في حالة الاستدعاء العاجل للطوارئ، هي الفكرة الأولى التي ظهر منها جهاز الهاتف المحمول.

وقد استخدم الهاتف المحمول في البدايات لأهدافٍ محددة تتناسب مع إمكانياته التقنية، والحاجات التي كانت مطلوبة منه في ذلك الوقت، غير أن التطورات المتلاحقة التي فرضها ظهور العديد من وسائل الاتصال الحديثة، ومنها الإنترنت وغيرها، وكذلك التطورات السياسية والاقتصادية والاجتماعية، خلقت بيئةً مساعدة على التواصل، وحاجات اتصالية ومعلوماتية جديدة، لم تكن مجال اهتمام المستخدمين سابقاً، ويمكن تلخيص الوظائف التي تقوم بها أجهزة الهاتف المحمول، فيما يلي:

1- **الوظيفة الاتصالية**: وهي الوظيفة الأولى والأساسية التي تقوم بها كل أجهزة الهاتف المحمول، وهي الغاية من ظهور هذه الأجهزة أساساً، وقد تطورت هذه الوظيفة بدءاً من الجيل صفر، والذي اقتصر دوره على تحقيق هذه الوظيفة صوتياً، ولكن تأديتها اعترضها العديد من المصاعب، كبطء الاتصال، وصعوبة التنقل، ومحدودية الإشارة، وهذا ما انطبق على أجهزة الجيل الأول، أما أجهزة الجيل الثاني في نسختها الأولى، فقد تمكنت من التواصل بسرعة أكبر، مع إمكانية إرسال الرسائل القصيرة، وبفضل التطور الكبير الذي طرأ على أجهزة الجيل الثالث، فقد قامت بعملية الاتصال بشكلٍ فعالٍ، فزادت سرعة نقل البيانات بشكل فاق سرعة نقل الأجيال السابقة، وهو ما تابعته أجهزة الجيل الرابع، وزادت على سرعة البيانات والمعلومات، نقل المعلومات في مختلف الأشكال، مما زاد استخدامها بهدف الاتصال والتواصل في كل الأماكن والأوقات، وبسرعة وجودة عالية، وبتكلفة أقل.

2- الوظيفة الإخبارية: قامت أجهزة الجيل الثالث والرابع بتحقيق هذه الوظيفة بكفاءة عالية، من خلال قدرتها على تصفح الإنترنت، وبالتالي إمكانية تصفح المواقع الإخبارية، أو المشاركة في خدمة البث الإخباري على الهاتف المحمول التي تقدمها بعض المواقع، كما استطاعت هذه الأجهزة تصفح المدونات، والدخول عليها وتعديل ما فيها.

3- الوظيفة الاجتماعية أو الاتصالية: وقد قامت أجهزة الجيل الثالث والرابع بهذه الوظيفة أيضاً، من خلال:

- إرسال الرسائل القصيرة.
- أو من خلال استخدام البريد الإلكتروني.
- أو استخدام خدمة الـ Chat، وخدمة الرسائل المرئية.
- وكذلك إمكانية الدخول إلى مواقع التواصل الاجتماعي كالـ Facebook.
- وإمكانية استخدام الكثير من التطبيقات والبرامج التي تستخدمها الهواتف المحمولة الذكية، مثل تلك الأجهزة التي تعمل بنظام الـ Android، والتي سهلت إمكانية الاتصال والتواصل المجاني بين الأفراد، فأدى ذلك إلى تدعيم العلاقات الاجتماعية والأسرية.

4- الوظيفة الإعلانية والتسويقية: أيضاً ساعد في إنجاز هذه الوظيفة أجهزة الجيل الثالث والرابع بما تمتلكه من إمكانيات تقنية عالية، وذلك من خلال استغلال المعلنين والمسوقين لهذه الأجهزة، وإرسال الرسائل الإعلانية القصيرة، التي تعرف أو تذكر ببعض السلع والمنتجات والخدمات، كما سهلت هذه الأجهزة عمليات البيع والشراء، وإجراء التعاقدات والمعاملات التجارية، بشكلٍ سريعٍ وآمن، فأعطى ذلك لرجال المال والاقتصاد قدرة فائقة على إنجاز مهامهم، هذا بالإضافة إلى تمكنيهم من الوقوف على آخر مستجدات الأسواق المالية والاقتصادية.

5- **الوظيفة الترفيهية:** استطاعت أجهزة الجيل الثاني والثالث والرابع، القيام بالوظائف الترفيهية، وذلك من خلال إمكانية تشغيل العديد من الألعاب الإلكترونية، فقد ابتدأها الجيل الثاني بألعاب الجافا، واستكملها الجيل الثالث والرابع بفضل تطورهما، بالألعاب التفاعلية المتعددة التي يمكن تحميلها ولعبها على هذه الأجهزة، كما قدمت خدمة مشاهدة برامج التلفزيون، وكذلك خدمة دخول بعض المواقع الترفيهية على شبكة الإنترنت، وأيضاً تبادل النكت والطرائف عبر تطبيقات هذه الأجهزة، إمكانية أكبر في تحقيق التسلية والترفيه لكل مستخدمي الهاتف المحمول.

رابعاً: إيجابيات وسلبيات الهاتف المحمول

يتميز الهاتف المحمول بخصائص وايجابيات، لم يستطيع الهاتف العادي أن يتحصل عليها. ورغم الإيجابيات المتعددة التي يحملها استخدام هذا الجهاز، إلا أن أضراره وسلبيات استخدامه غير المرشد والسليم، كثيرة ومؤثرة، إن لم يراجع الفرد طريقة استخدامه له.



الإيجابيات:

من إيجابيات الهاتف المحمول العديدة، يمكن تلخيص بعضها في:

1- توفير الجهد والمال في إنجاز المهام والأعمال المختلفة.

2- تقصير المسافات وتوفير الوقت.

3- إعطاء المواعيد والتذكير بها بواسطة المنبه، وإمكانية إلغائها والاعتذار عنها.

4- الاستغناء عن الكوادر البشرية والمادية اللازمة لإنجاز بعض المهام التي يمكنه القيام بها، كما لو كان مكتباً متنقلاً يمكن استخدامه في أي مكان وأي زمان.

5- توفير الأدوات اللازمة للتواصل بين الأفراد والجماعات، من خلال التحدث معهم أينما كانوا في مختلف أنحاء العالم.

6- المساعدة في القيام ببعض الواجبات الاجتماعية والمهنية، كإرسال الرسائل والصور، خاصة في المناسبات والأعياد والأفراح والأحزان أيضاً.

7- التصوير وعرض الصور على جهاز الكمبيوتر والاحتفاظ بها.

8- تخزين المعلومات المتعلقة بالشخص من (رسائل، وصور، وأرقام، ونصوص، وفيديو، ورسوم متحركة)، حيث يعتبر بمثابة أرشيف إلكتروني، ويستطيع الشخص استبدال الذاكرة Memory، الموجودة داخل الهاتف بذاكرة أوسع وأكبر لتخزين ما يريد على جهازه المحمول.

9- تحقيق أرباحٍ باهظة في ترويج وبيع الهواتف المحمولة، كما أن المستوردين والبائعين والمبرمجين أيضاً، استفادوا منه اقتصادياً من خلال الأرباح التي حققوها والعائدة عليهم وعلى مصالحهم.

10- يقدم خدمات الحكومة الإلكترونية، حيث أن الهاتف المحمول يقدم خدمة معرفة فواتير الكهرباء، والماء، ومخالفات المركبات، وترخيص السيارات، وقد أدخلت بعض الحكومات خدمة جديدة على الهاتف المحمول، وهي معرفة نتائج الثانوية العامة من خلال أرقام الهواتف المحمولة للطلبة، إذ يمكن للطالب أن يتلقى نتيجة نجاحه أو رسوبه منه.

11- المساعدة في أداء الخدمات الصحفية، كنقل الصور مباشرة من موقع الحدث، وتسجيل أصوات الأحداث والأشخاص، وإرسالها إلى مقر الصحيفة مباشرةً.

12- التواصل على شكل مجموعات، حيث يمكن للهاتف النقال أن يجمع شخصين أو أكثر في مكالمة واحدة، على شكل group، وبذلك يكون قد أقام حلقة نقاش وحوار بين الأشخاص في مكالمة واحدة، اختصاراً للوقت والجهد.

13- إمكانية التسجيل الموجودة في الهاتف النقال، تمكن بالخصوص طلبة المدارس والجامعات من تسجيل المحاضرات، خاصة إذا كانت بحاجة إلى إعادة شرح أكثر من مرة.

السلبيات:

كما للهاتف المحمول العديد من الإيجابيات، فإن له أيضاً العديد من السلبيات، كأجهزة، وكخدمات يقدمها هذا الجهاز، ومن هذه السلبيات:



1- سرعة العطب وغلاء فاتورة التصليح.

2- المبالغ الكبيرة المترتبة على الفاتورة الشهرية، خاصةً في الدول التي ماتزال تعرفة استخدام هذا الجهاز فيها مرتفعة.

3- سوء الاستخدام، والمتمثل في العديد من التصرفات التي تنعكس سلبياً في نتائجها على الفرد وعلى المجتمع، كاستخدامه للمباهاة، وتبادل الصور الجنسية والرسائل الفاضحة، وتشتيت أفكار المراهقين والشباب، وعدم تركيزهم في الواجبات المدرسية، وانتهاك خصوصية بعض الأفراد في المجتمع، وتصوير وتسجيل أصوات بعض الأشخاص واستغلالهم.إضاعة الوقت، خاصة عند استخدامه بشكلٍ مكثف ولأغراضٍ غير ضرورية.

4- الحاجة المتكررة للشحن، فبطاريات أجهزة الهاتف المحمول تستهلك بسرعة، خاصة مع استخدام وتصفح الإنترنت، وهي المشكلة التي تسعى شركات التصنيع لحلها.

5- استخدامه في الأوقات والأماكن غير المناسبة، كاستخدامه أثناء قيادة السيارات، أو أثناء أداء بعض الأعمال، مما يؤدي إلى مواقف مزعجة وحوادث كثيرة.

6- التأثيرات الصحية السلبية على الإنسان، إذ أن التعرض المستمر للإشعاعات الكهرومغناطيسية الموجودة في الهاتف النقال، يمكنه أن يسبب العديد من المشاكل الصحية والأمراض، كما تشير العديد من الدراسات، كالأمراض السرطانية، وأمراض القلب والدماغ، وضعف الخلايا، والخمول، والتوتر العصبي.

خامساً: نحو نظرية اتصالية واجتماعية للهاتف المحمول

رغم أن تبني تكنولوجيا الهاتف المحمول كان في البداية لأهدافٍ اضطرارية وضرورية، ولحل مشاكل محددة، إلا أن هذه الأجهزة الآن، غزت وسيطرت على السلوك اليومي للمستخدمين لكافة الأغراض، وبكافة المستويات، وبكل الأوقات، وأصبحت تقوم وتؤدي كل الوظائف التي تقوم بها وسائل الاتصال التقليدية، من الإعلام والإخبار، إلى الترفيه والإعلان، بالإضافة إلى العديد من الوظائف الاجتماعية، كالتواصل الاجتماعي، فالفرد بذلك، كما يقول الباحثون ومن المنطلق السوسيولوجي في واقع استخدامه للهاتف المحمول، يعطي الآخرين التفويض بمشاركته في الاتصال والتفاعل بدون قيود الشرطيين الأساسيين، وهما التجاور المادي الفعلي، والثبات والاستقرار المكاني.

واستجابة لتلك الحاجات الاجتماعية، التفاعل والاتصال، الراسخة في النفس البشرية، انتشر الهاتف المحمول في كل أنحاء العالم، وعند مختلف الشرائح بسرعة مثيرة للانتباه، وفي الحقيقة هناك أسبابٌ مقنعة لافتراض أن المحمول جهازاً مرغوباً في كلّ المجتمعات والثّقافات، وتحت كافة الشروط الثقافيّة والاجتماعيّة والاقتصاديّة، وكان هذا على حساب الاتّصالات المباشرة، والظّروف البيئيّة للرفاق المتّصلين.

وفي مقارنة لاستخدام الهاتف المحمول الآن، مع استخدام وسائل الاتصال الحديثة الأخرى، كالكمبيوتر الشخصي والإنترنت، يلاحظ أن تأثيراته الاجتماعية واضحةٌ وكثيرةٌ على كثير من مستعمليه، وأنهم جميعاً جاهزون ومستعدون أن ينفقوا مبالغ مالية كبيرة على فواتير التّليفون الشّهريّة، أكثر من تلك التي ينفقونها على خدمات الكمبيوتر ومزوّدات الإنترنت.

لم يعرف العالم اختراعاً انتشر استخدامه بالسرعة التي انتشرت بها أجهزة المحمول، وقد كشفت الدراسات، عن أن 98% من المعلومات حول العالم، تنتقل عبر التليفونات سواء الثابت أو المحمول.

وهناك اتفاقاً واسعاً بين المهتمين على أن أجهزة الهاتف المحمول قد تكون بديلاً عن أجهزة الكمبيوتر الشخصية المكتبية الثابتة، أو أجهزة الكمبيوتر المحمولة المتنقلة، لأنها أجهزةٌ متعددة الوسائط، وقادرةٌ على نقل الصّوت، والرّسائل النّصّيّة، والصّور، والنّغمات، والتّطبيقات، وأي شيء آخر إذا تحول إلى الشكل الرقميّ.

استخدام الهاتف المحمول وفعاليته:

في زيادة تصفح الإنترنت عبر الهاتف المحمول، تبرز فاعلية المحمول المتعدد الوسائط عندما يجتمع مع:

- الحجم والوزن الصغير.
- والحاجة القليلة إلى الطاقة.
- والثمن الرخيص.
- علاوة على بساطة وسهولة الاستعمال.

كل ذلك جعل من الممكن أن يستخدم المحمول من قبل الأطفال الصغار، والنّاس الأمّيين أو المعاقين، والسّكّان المهمشين الغير قادرين على التوافق مع مصطلحات الكمبيوتر، بعد أن كان التليفون وسيلة اتصالٍ مقصورةٍ إلى حدٍ ما على الطبقات العليا من المجتمع، ولم تكن ممكنة بسهولة للطبقات الدنيا، والنساء، والفلاحين، ومجموعات الشباب أو الأجيال الصغيرة السن.

وفي الدراسات التي أجريت على مستخدمي الهاتف المحمول في النرويج، وجد أنها مستخدمةٌ بالتّساوي بين الجنسين، مما يسد على الأقل بعض الفجوات بين الطبقات الاجتماعية المختلفة، فالهاتف المحمول وصل للجميع، كما أن الشباب بين سن 15 و25 عاماً، هم الفئة الأكثر استخداماً للرسائل، وقد أوجدت الرسائل القصيرة ظاهرة ثقافية جديدة في الصين، يسمونها "ثقافة الأصابع"، التي تؤثر تأثيراً بالغاً في حياة الفرد اليومية نتيجة نمط الاتصال الجديد.

وقد انعكس الاختلاف بين الثقافتين الشرقية والغربية على استخدام الهاتف المحمول.

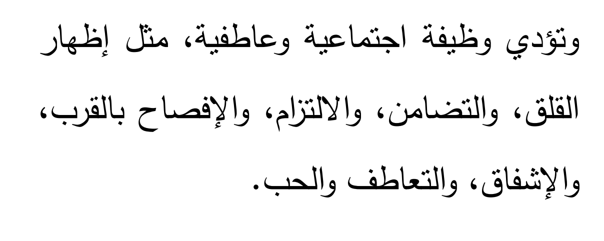
- ففي الثقافة الشرقية، يستخدم الناس الهاتف المحمول تقليداً للآخرين، ومن أجل المظهر، لكنهم ومع الوقت وزيادة الاستخدام يغيّرون عاداتهم، وطريقة استخدامهم لهذه التقنية الجديدة، ويتعلّمون استعمال التّقنيّة الجديدة لأسبابٍ ودوافع أكثر تطوراً ومنفعةً.
- وفي المجتمعات الغربية، انتقل استعمال واستخدام الهاتف المحمول من حالات الطّوارئ المجرّدة، إلى الحالات الرّوتينيّة، وأشار معظم الأفراد آنذاك، إلى أن دوافعهم الأوليّ لتبنّي الهاتف المحمول، تعود إلى تحقيق الوظائف التالية، الاطمئنان على الأحبّة، أو المطالبة بالمساعدة في حالات الطّوارئ، مثل حوادث الشّارع، ولم يتخيل المستخدمون

الأوائل للمحمول أنهم سيستخدمون الهاتف المحمول كأداةٍ موجودة في كلّ مكان في حياتهم اليوميّة.

التغييرات التي حصلت في استخدام الهاتف المحمول:

1- أصبح استخدام الهاتف المحمول جزءاً من السلوك الروتيني اليومي وفي كافة الأوقات.

2- هناك زيادة واهتمام ملحوظ في تزيين وتجميل نداءات المحمول، بحيث تصبح غير آلية،



وتؤدي وظيفة اجتماعية وعاطفية، مثل إظهار القلق، والتضامن، والالتزام، والإفصاح بالقرب، والإشفاق، والتعاطف والحب.



وقد كانت هذه حال الهاتف الأرضي الثابت عندما ظهر، حيث برر المتبنون الأوائل للهاتف الأرضي تبنيهم لتلك التكنولوجيا الجديدة، لأسباب متعلقة بالأمان والتجارة، وليس لأي فوائد اجتماعية.

لكن الهاتف المحمول الآن يشبه الاتصال المباشر وجهاً لوجه، فالإشارات معبّرة بدرجة كبيرة، ومحادثات التعبير عن الاهتمام والتعاطف شائعةً جداً، والاتصال بالمحمول لا يستهدف فقط نقل معلومات معينة أو التوجيه بأفعالٍ معيّنة، بل يستهدف التأكيد على أن العلاقات موجودة بالفعل وستستمرّ في المستقبل، فمجرد رنين المحمول يعتبر إشارة كافية على حدوث اتصال، وإشارة للرغبة في التواصل بصرف النظر عن مضمون الرسالة، فالمكالمات الهاتفية عبر المحمول، إن حصلت، فهي رسالة ترابط قويّة، وإن لم تحصل، فتكون رسالة إحباطٍ مرير، كما كان يحصل عندما يعود الفرد إلى المنزل ولا يجد أيّ رسالة على أجهزة الردّ التلقائي في الهاتف الثابتّ، فهذا يعني أن لا أحد يرغب في التّكلّم معه، أو يريد معاودة الاتصال به.

الخلاصة

عملت أجهزة الهاتف المحمول بمختلف أجيالها، ومنذ أن ظهر الجيل صفر على تلبية الاحتياجات الاتصالية، والإعلامية التي يحتاجها المستخدمون، وقد ساعدت هذه الأجهزة، وخاصة بعد التطورات التقنية التي أدخلت عليها، وتمكينها، من استخدام شبكات متعددة، ومنها الإنترنت، على إشباع العديد من دوافع استخدام هذه الأجهزة، كما عملت على تحقيق العديد من الوظائف التي كانت تلبيها وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، والحديثة معاً، وقد حققت هذه الوظائف بكفاءة عالية، بحيث استغنى الكثيرون من مستخدمي الإنترنت، عن أجهزة الكمبيوتر، وفضلوا التعامل مع أجهزة الهاتف المحمول، ومن الوظائف التي تحققها هذه الأجهزة، الوظائف الإعلامية والإخبارية والوظائف الترفيهية، والوظائف الإعلانية والتسويقية، وغيرها من الوظائف القديمة والمستحدثة، وقد أثار الاستخدام المتزايد والمكثف لأجهزة الهاتف المحمول انتباه الباحثين، فعملوا على تحديد الإيجابيات والسلبيات الناتجة عن استخدام هذه الأجهزة، كما سعوا إلى تلمس نظرية تحاول تفسير وتحديد التأثيرات الناجمة عن استخدامها.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

من وظائف الجيل الثاني للهاتف المحمول، إجراء المكالمات الصوتية فقط.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

من سلبيات الهاتف المحمول، سوء الاستخدام المتمثل في كثافة الاستخدام.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

تتمثل وظائف الجيل الثالث للهاتف المحمول في تحقيق التواصل الاجتماعي.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

يعتمد تحقيق الوظيفة الإخبارية عبر الهاتف المحمول، تصفح المواقع الإخبارية فقط.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

من إيجابيات الهاتف المحمول، دعمه للتسلية والترفيه من خلال تشغيل العديد من الألعاب المتطورة.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

يستخدم الآباء الهاتف المحمول، من أجل الاطمئنان على الأصدقاء والزملاء.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

أغلب مستخدمي الهاتف المحمول، هم من فئة الشباب.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

الإناث أكثر استخداماً للهاتف المحمول، خاصةً في المجتمعات المتحررة.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

المراجع

1- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

2- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

4- الرحباني، عبير، (2012)، الإعلام الرقمي، الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

5- بعزيز، إبراهيم، (2012)، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

6- فايز عبده قطب، فاطمة، (2008)، إعلام الهاتف المحمول: سمات الحاضر، وآفاق المستقبل، متاح على: https://fatimahfayez.wordpress.com، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

7- تابسكوت، دون، ت. بيومي محمد، حسام، (1011)، جيل الإنترنت، كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا، القاهرة، كلمات عربية للترجمة والنشر

8- محمد صالح، أحمد، نحو نظرية اجتماعية للهاتف المحمول، متاح على: http://www.anfasse.org، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

9- محمد، محمد، الهواتف الذكية، متاح على: http://mawdoo3.com، تاريخ التصفح:2014/12/24.

10- سيد إمام، أحمد، الهواتف الذكية، متاح على: http://digital.ahram.org.eg/articles.aspx، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

11- الهواتف الذكية: http://arab-ency.com/index.php، تاريخ التصفح: 2014/12/24.

(2008) Motivations for using the mobile phone for ، Ran،Wei -12
available at:،mass communications and entertainment
. Retrieved at:24/12/2014.**http://dl.acm.org/citation.cfm**

Mobile as 7th of the Mass Media،(2008)، Tomi،Ahonen،T -13
FuturtextLtd ، Smartphone، iPhone، Cameraphone،Cellphone

الوحدة التعليمية العاشرة

وسائل الاتصال الإلكترونية– وسائل التواصل الاجتماعي

أولاً: مقدمة عن مواقع التواصل الاجتماعي

نشأت مواقع التواصل الاجتماعي نتيجة العديد من التطورات التقنية، المتمثلة في الثورة الثانية للإنترنت، وظهور خدمة الـ Web، وظهور العديد من التطبيقات على الإنترنت، التي تعمل على مبدأ الفرق والجماعات، كما نشأت هذه المواقع من الانتقال من فكرة:



- الجمهور (الحشد)، الذي يتعامل مع رسائل واحدة باتجاه واحدٍ يخلو من التفاعلية، إلى الجمهور (المفتت)، الذي توجه إليه الرسائل المتخصصة التي تلاءم اهتماماته واحتياجاته.
- الاتجاه الخطي لعملية الاتصال، إلى الاتجاه (الدائري) التفاعلي، الذي يسمح للمستقبل والمرسل بتبادل الأدوار في الاتصال.

وفي هذه الوحدة سيتم التعرف على المواقع الاجتماعية، نشأتها وتطورها، وعدد مستخدميها، أيها أكثر انتشاراً واستخداماً، وأيها أكثر تحقيقاً لحاجات المتلقي ومتطلباته، كما سيتم عرض الخدمات المتعددة التي تقدمها، والتأثيرات الناجمة والمتوقعة للاستخدام المتزايد لهذه الوسائل.

ثانياً: مواقع التواصل الاجتماعي، التعريف والسمات

تحمل مواقع التواصل الاجتماعي فكراً جديداً وأهدافاً جديدة، تضيف لأهداف ووظائف وسائل الإعلام التقليدية الكثير، فتقدم هذه المواقع للمشاركين بها، إمكانية التفاعل والتواصل الاجتماعي، وإمكانية التعاون والتشارك في تبادل المعلومات، والآراء والاتجاهات، بما يعكس فكر الإعلام الاجتماعي الجديد التي تحاول هذه المواقع تحقيقه، والذي يجمع بين أهداف ووظائف الإعلام التقليدي، ووظائف وأهداف الإعلام الجديد.



- مواقع التواصل الاجتماعي هي شبكات اجتماعية على الإنترنت، يتواصل من خلالها ملايين الأفراد، الذين تجمعهم اهتمامات وتخصصات معينة.
- مواقع التواصل الاجتماعي هي مواقع إلكترونية اجتماعية على الإنترنت، والركيزة الأساسية للإعلام الجديد أو البديل، التي تتيح للأفراد أو الجماعات التواصل فيما بينهم عبر الفضاء الافتراضي.

وتتيح هذه الشبكات إلى ما سبق ذكره:

- مشاركة الملفات والصور.
- وتبادل مقاطع الفيديو.
- وإنشاء المدونات.
- وإرسال الرسائل.
- وإجراء المحادثات المباشرة.
- وإبداء الآراء والتعليقات على العديد من المنشورات والصور.

ومن أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وأكثرها انتشاراً موقع الـ Facebook، و YouTube، و Twitter، و MySpace.

سمات مواقع التواصل الاجتماعي:

- سهولة المشاركة والاستخدام، والاستفادة من هذه المواقع.

سهولة تشكيل الجماعات الافتراضية، وتحقيق المشاركة، وتبادل الخدمات والآراء، أو الأفكار بين الأعضاء.



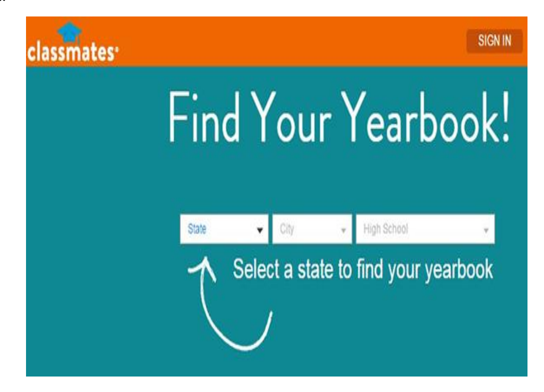
- سهولة بناء الروابط للموضوعات ذات الاهتمام المشترك بمواقع أخرى.
- استخدام بث الرسائل الفورية للجماعات RSS.

كما استفادت هذه المواقع من تطورات الجيل الثاني للـ Web، وخدماتها، فسخرتها في تدعيم فكرة المشاركة، ودعم بناء الشبكات، وتبادل الآراء والأفكار، بمبادرة من المستخدمين أنفسهم، وأصبحت شكلاً من أشكال محركات البحث التي تزداد فعاليتها، كلما زاد عدد المعلومات التي تقوم بفهرستها،وعدد المواقع التي ترتبط بها، فقد منحت هذه المواقع متصفحيها إمكانيات كبيرة لتبادل المعلومات في مجالات السياسة، والتعليم، والثقافة، والرياضة، وغيرها.

ثالثاً: المواقع الاجتماعية

موقع الـ Classmates:

يعد هذا الموقع أول أشكال الشبكات والمواقع الاجتماعية، وقد صممه Randy Conrads، في عام1995، وكان الهدف منه إعادة تجميع الزملاء والأصدقاء الذين التقوا في فترات دراسية وحياتية معينة، ثم تفرقوا في أماكن بعيدة، فكان هذا الموقع يلبي رغبتهم في التواصل والالتقاء من خلاله.



موقع الـ Facebook:

شبكة اجتماعية أنشأها Marc Zukerberg، عام 2004، عندما كان طالباً في جامعة Harvard الأمريكية، وكان هدفه تصميم موقعٍ يجمع زملاءه في الجامعة، ويمكنهم من تبادل الأخبار والصور والآراء.



وقد ركز الموقع على التواصل بين طلبة الجامعة، فساعد على رواجه بين الطلبة، واكتسب شعبيةً كبيرة، وتوسعت قاعدته فشمل طلبة جامعاتٍ أخرى، وطلبة مدارس ثانوية مختلفة، واستمر على هذا الحال لمدة سنتين، إلى أن قرر Zukerberg ، في عام 2006، فتح أبواب الموقع أمام كل من يرغب في استخدامه من غير الطلبة، وهذا ما ساعد على انتشاره بشكلٍ كبيرٍ سبق فيه عدد مستخدمي موقع الـ MySpace، والذي كان أوسع بالانتشار، وقد وصل عدد مستخدمي موقع الـ Facebook، الآن 1.35 مليار مستخدم، منتشرين في أنحاء العالم.

ويمكن للأفراد الاشتراك بسهولة بهذا الموقع بحسب التخصص أو أماكن العمل، أو المناطق الجغرافية، أو الأصدقاء والمجموعات الاجتماعية، ويتيح هذا الموقع لهم الاتصال بالأعضاء في نفس الشبكة، وإضافة أصدقاء جدد لصفحاتهم، مع إتاحة رؤية الصفحات الشخصية لأعضاء نفس الموقع.

وقد أصبح الموقع يعتمد على الإعلانات، ويستخدم بيانات المشتركين وأعضاء الشبكات في عرض الإعلانات ذات العلاقة بزوار الموقع، وهذا ما أدى زيادة أرباح هذا الموقع، وتم طرح أسهمه للاكتتاب العام في عام 2012، وقد وصل سعر سهم هذا الموقع في سوق البورصة العالمية، إلى حوالي 54 دولار.

موقع MySpace:

موقع إلكتروني لشبكة اجتماعية تأسست عام 2003، من قبل شركة Universe للتسويق، وبيعت فيما بعد لشركة Fox Interactive Media، وتسمح هذه الشبكة للمستخدمين بإنشاء شبكات للأصدقاء والزملاء، والاحتفاظ بمدونة شخصية، والانضمام إلى مجموعات، وتقاسم الصور، وأشرطة الفيديو، ويمكن لمستخدمي هذه الشبكة أيضاً تعديل صفحاتهم وفق خياراتهم المحددة، باستعمال نظام لغة ترميز النص الفائق، وهي ميزة مهمة لا تقدمها الشبكات الاجتماعية الأخرى.



كما تقدم MySpace، لمستخدميها أيضاً (النشرة)، التي تسمح لجميع المستخدمين المسجلين في قائمة الأصدقاء الاطلاع عليها، إضافةً إلى (أخبار الموقع) التي تعرض بتقنية الـ RSS، وترسلها للمستخدمين الراغبين، ويتم التصويت عليها وتصنيفها حسب شعبيتها.

ويتم الاشتراك في هذه الشبكة بشكلٍ سهلٍ ومجاني، وتحتاج كما في الشبكات الأخرى، إلى تسجيل بعض البيانات الشخصية، كالاسم، وتاريخ الولادة، والبريد الإلكتروني.

موقع Twitter:

شكلٌ من أشكال شبكات التواصل الاجتماعي، أنشأ في عام 2006، عندما قامت شركة Obvious الأمريكية، بإجراء بحث تطويري لخدمة التدوين المصغرة، ثم أتيحت هذه الخدمة لكافة الناس في نفس العام، وعندما انتشر استخدام هذا الموقع، تم فصل هذه الخدمة عن الشركة الأم، واستحدث لها اسماً خاصاً Twitter، وهو مأخوذ من Twit، بمعنى التغريد، واتخذ من العصفورة رمزاً له، وتسمح هذه الشبكة للمستخدمين المغردين بكتابة تغريداتهم، على شكل رسائل قصيرة لا تتجاوز الـ (140حرف) للرسالة الواحدة.



يفيد Twitter، في تواصل الأصدقاء بشكلٍ سريع ومختصر، كما يفيد زملاء العمل في تقاسم المعلومات الهامة بشكلٍ سريع أيضاً، أو إبلاغ الآخرين بأخبارٍ معينة.

والاشتراك بهذا الموقع أمرٌ مجاني وسهل أيضاً، ويمنح الموقع للمشتركين إمكانية التسجيل في (متابعة) عدد من صفحاته، وإرسال تحديثات إلى صفحات الآخرين، واستقبال تحديثات منهم، كل هذه التحديثات تدور حول ماذا تفعل الآن؟.

كما يتيح Twitter، إمكانية البحث عن الأصدقاء، أو الأشخاص، والبحث عن عناوينهم، ويمكّن Twitter، مستخدميه من معرفة عدد المتابعين لصفحتهم الشخصية.

موقع You Tube:

يختلف المهتمون في تصنيف موقع الـ You Tube، هل هو شبكة اجتماعية أم لا، فهذا الموقع الإلكتروني عبارة عن موقع لمقاطع الفيديو التي يحملها المشتركين فيه، ويستفيد المشتركون من مقاطع الفيديو، سواء في عرضها على وسائل الإعلام التقليدية، أو على الـ Facebook، ويراه البعض موقعاً غير مباشر للتواصل الاجتماعي، عبر تبادل وتحميل المشتركين لمقاطع الفيديو، وإجراء حوار جماعي حول مقطع الفيديو، من خلال إضافة التعليقات المصاحبة، وتقييم هذا المقطع بإعطائه درجة من خمس درجات تعبر عن مدى أهمية ملف الفيديو من وجهة نظرهم.

تأسس هذا الموقع في عام 2005، في ولاية كاليفورنيا الأمريكية، ويشتمل على مقاطع متنوعة من أفلام السينما والتلفزيون، والفيديو والموسيقى، وقد قامت شركة Google، بشراء الموقع، وتصدر في عام 2006، الترتيب الأول من بين مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك حسب مجلة Time الأمريكية.

وقد تعاقدت الكثير من شركات الإنتاج على بث أجزاءٍ من الأغاني والمواد الفنية، دون أن تأخذ شكل الإعلان، وبنفس الوقت تبث الكثير من الشركات إعلاناتها عبر الموقع كمقاطع فيلمية مرفقة.

لا توجد رقابة على ما يبث أو يعلن على هذا الموقع، لكنه يلزم مشتركيه بالالتزام ببعض القواعد التي يحددها، ومنها عدم تحميل مقاطع فيديو تحض وتشجع على الإرهاب والجريمة، وتجاوز

الأخلاق، أو التي تشجع على ازدراء الأديان والمذاهب والأشخاص، لكن هذا لم يمنع من تحميل مقاطع فيديو ذات مضمون جنسي، أو مضمون سياسي، متعلقٍ ببعض الشخصيات والأحداث السياسية المحظورة أحياناً، أو تحميل مضامين عنيفة تثير العديد من مشاعر المستخدمين، ويواجه الموقع مشكلة نشره مقاطع فيديو بشكلٍ يخالف حقوق الملكية الفكرية لأصحابها، ويحاول الموقع التغلب على هذه المشكلة بتحديد مدة المقطع المنشور بأقل من عشرة دقائق، ولكن أمكن التلاعب على هذه القاعدة ببث المقاطع الفيلمية بأجزاء زمنية قصيرة ثم تجميعها فيما بعد، وقد حظرت كثير من الدول، ولا سيما العربية، استخدام هذا الموقع لمخالفته القواعد والأخلاقيات المتبعة في هذه البلدان، كما حظرت دولٌ أخرى مقاطع معينة تبث على الموقع، ومع ذلك فهو يتحدث بأغلب لغات العالم.

يعتمد الموقع من الناحية الإعلامية، على جذب المشتركين بالاعتماد على تأثير الصوت والصورة والحركة في مقاطع الفيديو، كما يحصل عبر التلفزيون والسينما، لكن مع إضافة ميزة أخرى وهي اللاتزامنية، إذ يستطيع المشترك التعرض لمقطع الفيديو في الوقت والمكان الذي يريده.

المنتديات:

وهي عبارة عن مساحات متاحة على العديد من المواقع الإلكترونية، أو محركات البحث المختلفة، وتسمح هذه المنتديات بعرض الأفكار والآراء والقضايا للمناقشة، في الاتجاه الذي يريده المشاركون، وذلك من خلال جماعات وتجمعات لأفراد تجمعهم قضايا واهتماماتٍ مشتركة.



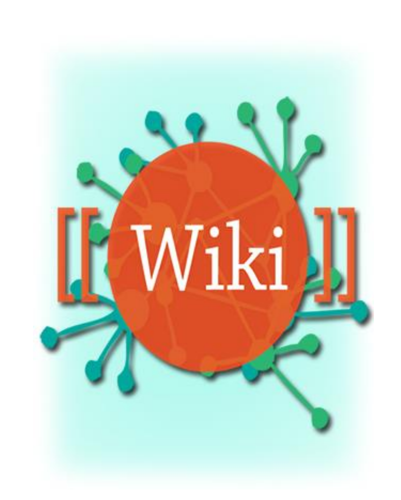
وتعرف المنتديات بأنها مواقع على الإنترنت، يتجمع فيها بعض الأشخاص من ذوي الاهتمامات المشتركة، يتبادلون الأفكار والنقاش عن طريق إنشاء موضوع من قبل أحد أعضاء المنتدى، ومن ثم يقوم الأعضاء بإجراء المشاركات والردود داخل النقاش مع صاحب الموضوع، أو هي مواقع لتبادل الخبرات والمنفعة المتبادلة.

يدير المنتدى شخص مسؤول، لضمان عدم خروج الأعضاء المشاركين عن القواعد المعمول بها في المنتدى، كارتباط الرسائل المرسلة بموضوع النقاش، واستخدام الأسلوب والألفاظ التي تتناسب مع قواعد النشر التي يضعها المنتدى، ويحتاج الاشتراك بالمنتدى كما في الأشكال الاجتماعية الأخرى، تسجيل البيانات الشخصية، والحصول على كلمة مرور.

ويحتفظ المنتدى بقاعدة بيانات خاصة به، تضم مشاركات الأعضاء فيها، ويعطيها القدرة على التحكم في عملية النشر، وكذلك التحكم بالرسائل المرسلة، إما حذفاً أو تعديلاً طبقاً لما يراه المسؤول عن المنتدى، حتى تتوافق الآراء المطروحة مع آراء واتجاهات سياسة الموقع المضيف للمنتدى.

صفحات الـ Wiki:

يختلف المهتمون أيضاً في توصيف صفحات الـ Wiki، هل هي شبكات تواصل اجتماعية، أم هي مجرد صفحات لتبادل المعلومات، والـ Wiki، مصطلح يستخدم لوصف موقعٍ إلكتروني يقوم على مبدأ المشاركة الجماعية والتعاون في تطوير محتواه، ويسمح هذا الموقع لمشتركيه القيام بصورةٍ جماعية بتعديل محتواه، أو الإضافة إليه دون قيودٍ في الغالب.



والـ Wiki، مصطلحٌ مشتقٌ من لغة جزر هاواي، وتعني السرعة أو بشكلٍ سريع، وقد استخدمت للدلالة على سرعة وسهولة تعديل محتوى هذه المواقع، وقد أطلق هذا المصطلح على العديد من المواقع التي تعتمد صيغة الـ Wiki، مثل موسوعة الـ Wikipedia، المتعددة اللغات، وقد ظهرت عام 2001، والقاموس Wiktionary، والمصدر WikiSource، والكتاب Wikibooks، وغيرها من المشاريع التي تستغل القدرة التشاركية للإنترنت مع صيغة الـ Wiki، لإنشاء قاعدة معرفية حرة تشاركية في مختلف المجالات، تعتمد فكرة التحرير الجماعي، من خلال برامج المصدر المفتوح، كما تعتمد التواصل بين المشاركين في الجماعات وتبادل المعلومات.

وقد ظهر أول موقع Wiki، في عام 1995، ولكن أواخر التسعينات، شهد انتشاراً كبيراً لهذا النمط من المواقع، غير أن الـ Wikipedia، كانت الأكثر انتشاراً واستخداماً.

صفات صفحات الـ Wiki:

- إمكانية الإضافة أو التعديل أو التحرير بواسطة المستخدم، دون الحاجة لبرامج أو تطبيقات معينة، فكل صفحة تحوي رابطاً لتغيير محتواها يمكن الضغط عليه، وإمكانية التحرير فيها ثم إرسالها، فتظهر الصفحة كما قام بتحريرها.
- تستخدم الـ Wiki، أوامر بسيطة لتحرير وتنسيق محتوياتها، يمكن لكل الأفراد استخدامها.
- تحتفظ الـ Wiki، بسجل لتاريخ الصفحات، فإذا أخطأ المستخدم في تحرير إحدى الصفحات، يمكنه العودة للصفحات السابقة المحفوظة، كما تحتفظ الـ Wiki، بقاعدة بيانات متشعبة يمكن الرجوع إليها بسهولة.
- لا توجد هيكلة خاصة للموقع، ولا توجد رقابة، فكل موقع يمكن أن ينظم محتواه بالشكل المناسب له.
- تحقيق التواصل والمناقشة والتشاور، حول القضايا والاهتمامات المشتركة، لإغناء الأفكار والموضوعات بشكلٍ تعاوني، في مجالاتٍ متعددة.

الانتقادات الموجهة لصفحات ال Wiki:

بالرغم من كل هذه السمات والخصائص، لكن الـ Wiki، تواجه مجموعةً من الانتقادات تنصب على طريقة وإمكانية الاستخدام غير المنضبطة أحياناً، ويمكن تلخيص هذه الانتقادات في:



- غياب مصداقية هذه المواقع، نظراً لسهولة التحرير والتعديل فيها، مع عدم وجود التوثيق في أغلب الأحيان، وعدم إمكانية التعرف على الشخص المحرر، بما يؤدي إلى فقدان الثقة بمحتوياتها رغم استخدامها بكثرة، لذلك ينصح دائماً النظر بشكلٍ ناقدٍ ومتفحص لكل معلوماتها.
- عدم ضمان جودة المعلومات فيها، فلا يوجد قرار مركزي في هذه المواقع، والإشراف والمراقبة من قبل المسؤولين عليها، ينصب في الغالب على الموضوعات والمعلومات المثيرة للجدل، أما المعلومات الأخرى ففي الغالب يتمتع المستخدمون فيها بحرية مطلقة في الاستخدام.

موقع LinkedIn:

يصنف موقع LinkedIn، ضمن الشبكات الاجتماعية على الإنترنت, وقد تأسس الموقع عام 2002، في كاليفورنيا، لكن التشغيل الفعلي بدأ عام 2003.



ويستخدم الموقع أساسًا كشبكة تواصل مهنية، وهو من أكبر وأهم الشبكات على المستوى المهني، إذ يضم حوالي 120 مليون مستخدم على مستوى العالم، وتكمن أهميته في أنه:

- يبقي المشاركين فيه على تواصل دائم، من أجل تبادل المعارف والأفكار والخبرات والفرص المهنية.
- كما يطلع الموقع مستخدميه على كل ما هو جديد في عالم الأعمال، من مشاريع وفرص عمل جديدة.

- كما يمكن الموقع مستخدمه من التواصل مع الخبراء، أو إيجاد أي شيء يريده، من خلال تحديد الاسم أو الوظيفة، أو الموقع الجغرافي، أو الشركة، أو أي شيء متعلق بما يتم البحث عنه.
- ويساعد الموقع مستخدميه، على البحث عن فرص عملٍ جديدة، أو جذب عملاء جدد، أو التواجد بشكلٍ قوي في المجال المهني، وتوسيع نطاق الأعمال من خلال جذب عملاء جدد.

رابعاً: الخدمات التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي

تشترك مواقع التواصل الاجتماعي بتقديم مجموعة من الخدمات، كما تتمايز عن بعضها ببعض الخدمات، وهي بذلك تحقق لمستخدميها ما يتلاءم مع حاجاتهم المتطورة، ومن هذه الخدمات:

- **إنشاء الصفحات أو الملفات الشخصية Profile Page:** وتتضمن هذه الصفحات اسم الشخص، وجنسه، وتاريخ الميلاد، والجنسية، والاهتمامات، والصورة الشخصية، بالإضافة إلى معلوماتٍ أخرى، ويمكن من خلال هذه الصفحات التعرف على المستخدم، واهتماماته، وأصدقاءه، والصور الجديدة التي يعرضها.
- **الأصدقاء، العلاقات Friends, Connections:** وهم الأشخاص والعلاقات التي يقيمها المستخدم لأهدافٍ معينة، وتطلق بعض المواقع على الشخص المضاف لقائمة الأصدقاء، صديق أو علاقة.
- **إرسال الرسائل:** وتتيح هذه الخدمة إرسال رسائل قصيرة لصديق أو شخص، ليس بالضرورة أن يكون على قائمة الأصدقاء.
- **المجموعات:** وهي خدمة تتيحها الكثير من مواقع التواصل، وتسمح بإنشاء مجموعات ذات اهتمامات معينة وبمسميات محددة، وتحظى هذه المجموعات بمساحة أشبه ما تكون بمنتدى مصغر، ويمكن أن تنسق هذه الاجتماعات عن طريق الـ Events، ودعوة أفراد المجموعة، ومعرفة عدد الحاضرين والغائبين.

- **ألبومات الصور:** وتسمح هذه الخدمة بإنشاء العديد من ألبومات الصور ومشاركتها مع الأصدقاء والتعليق عليها.
- **الصفحات:** وهي خدمة ابتدعها موقع الـ Facebook، واستخدمت تجارياً من قبل العديد من الأفراد والمؤسسات والهيئات، لعرض إعلاناتهم على مجموعة من المستخدمين المهتمين بها، ويمكن لهؤلاء النقر على الإعلان الذي يهمهم، كما يمكن أن يضيفوا هذه الصفحات إلى ملفهم الخاص.

خامساً: خصائص جمهور مواقع التواصل الاجتماعي

تشهد مواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ مستمر، استخداماً متزايداً يفوق استخدام العديد من تطبيقات الإنترنت، وقد زاد من هذا الاستخدام، دخول الهواتف المحمولة، التي ساعدت على استخدام هذه المواقع من خلالها، كما يضم جمهور هذه المواقع، العديد من الفئات والشرائح المجتمعية المتباينة في المواصفات الديمغرافية والشخصية، والمختلفة في الأهداف والحاجات، وقد رصدت العديد من الدراسات، خصائص هذا الجمهور، كما رصدت أهدافهم وحاجاتهم، وتوصلت إلى العديد من المؤشرات، منها:

1. أن أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الفئات الشابة، وإن كان هناك شريحة كبيرة من الأطفال والمراهقين والناضجين، الذين يستخدمون هذه المواقع.
2. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الفئات التي تسعى وتبحث عن التواصل من غير أن تظهر هويتها الحقيقية، وتكتفي من الاستخدام، بالاطلاع على صفحات الآخرين، وهذا التخفي قد يعود لكثير من العوامل النفسية والاجتماعية.
3. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الراغبين بالتواصل الاجتماعي، حتى مع الأصدقاء القدامى الذين فقدوا الاتصال بهم، من أيام الطفولة أو المدرسة.
4. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الفئات المسؤولة عن بعض الأشخاص، كالآباء والأمهات، والذين يرغبون بالاطمئنان عليهم وعلى علاقاتهم واهتماماتهم.

5. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الفئات النرجسية، الذين يسعون وراء المديح والإطراء استغلالاً لمكانتهم، وولاء الآخرين لهم، كالمدراء والمسؤولين في بعض المناصب.
6. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الباحثين عن العلاقات الحقيقية، من الأقرباء والأصدقاء، والذين انتقلوا معهم إلى هذه المواقع لتجديد وتدعيم التواصل معهم.
7. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الباحثين عن المعلومات والمعرفة، المتضمنة في هذه المواقع.
8. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الراغبين بالتعبير عن مشاعرهم وآرائهم واتجاهاتهم، نحو العديد من الموضوعات والقضايا، مع أشخاصٍ آخرين يقاسمونهم نفس الاهتمام والآراء.
9. أغلب مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي من الباحثين عن الفرص، واكتساب الخبرات والمعارف والمهارات، في بعض المجالات المهنية والحياتية.

الخلاصة

تشكل مواقع التواصل الاجتماعي، أهم التطبيقات الاجتماعية على الإنترنت، وهي إحدى نتائج ظهور خدمة الـ Web، التي أفرزت أهم خاصية للإنترنت، وهي خاصية التفاعلية، التي تتيح للمتلقي الإرسال والاستقبال، وإمكانية تكوين الجماعات وشبكات الأصدقاء والزملاء والتواصل معهم.

نشأت مواقع التواصل الاجتماعي تباعاً في فترة التسعينات، غير أن الباحثون مختلفون في تحديد هل هي وسائل اتصالٍ إلكترونية، أو مجرد مواقع للتواصل الاجتماعي، إذ ليس لهذه المواقع منتَجها الإعلامي الخاص بها، والمستخدمون هم الذين ينتجون هذا المحتوى، عبر تداولهم وتبادلهم للمعلومات، وتواصلهم مع بعضهم عبرها، وما ظهور العديد من صفحات المواقع الإلكترونية على الـ Facebook، إلا سعياً وراء جمهورهم، الذي انتقل إلى هذه المواقع، فما هذه المواقع إذاً إلا مجموعة من التطبيقات الاجتماعية، المتعددة الخدمات، والآليات، والإمكانيات، وإن كان الـ Facebook، أعلاها في الإمكانيات، وأكثرها انتشاراً على امتداد الكثير من دول العالم، والذين تجاوز عددهم المليار مستخدم.

وقد أدى هذا الانتشار المتزايد لهذه الوسائل إلى تقديم العديد من الخدمات، التواصل الاجتماعي، تقديم المعلومات، والتعبير عن الرأي والاتجاهات المختلفة، الإعلان والتسويق، والمساهمة في كثيرٍ من المجالات الثقافية والتعليمية والاقتصادية وغيرها.

وقد رصدت العديد من الدراسات مواصفات جمهور مواقع التواصل الاجتماعي، وتوصلت إلى أنه يجمع كل صفات وخصائص الجمهور، وكل الفئات والشرائح تستخدمها.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

مواقع التواصل الاجتماعي، ليست وسائل اتصال إلكترونية، لأن هدفها اجتماعي فقط.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة:B. خطأ

من أهم مواقع التواصل الاجتماعي، وهو الأول من حيث عدد المستخدمين، الـ Facebook.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

1- اختر الإجابة الصحيحة:

يعتبر موقع الـ Wiki، من أهم المواقع الاجتماعية، المتخصصة في المجال المهني.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

من أهم سمات مواقع التواصل الاجتماعي، سهولة الاستخدام، لكن من أهم عيوبها ارتفاع تكلفة الاستخدام.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

من الخدمات المهمة التي تقدمها مواقع التواصل الاجتماعي، الصفحات الشخصية.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

يصل عدد مستخدمي موقع الـ Facebook، إلى مليار مستخدم، في كل أنحاء العالم.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: B. خطأ

يحب النرجسيون استخدام مواقع التواصل الاجتماعي، لتلقي المديح والإطراء ممن حولهم.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

الإناث أكثر استخداماً للـ Facebook ، خاصةً في المجتمعات المحافظة.

A. صح

B. خطأ

الإجابة الصحيحة: A. صح

المراجع

1- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

2- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

4- بعزيز، إبراهيم، (2012)، الصحافة الإلكترونية والتطبيقات الإعلامية الحديثة، الجزائر، دار الكتاب الحديث.

5- تابسكوت، دون، ت. بيومي محمد، حسام، (1011)، جيل الإنترنت، كيف يغير جيل الإنترنت عالمنا، القاهرة، كلمات عربية للترجمة والنشر.

6- عبد الحميد، محمد (2009)، المدونات، الإعلام البديل، القاهرة، عالم الكتب.

7- http://www2.uncp.edu/home/acurtis/NewMedia/NewMediaCommunicat ion Technologies.html, retrieved 20/12/2014.

8- http://www.softexsw.com/ar, retrieved 20/2/2015.

الوحدة التعليمية الحادية عشر

وسائل الاتصال الإلكترونية– الإذاعة والتلفزيون الرقمي

أولاً: مقدمة عن مفهوم الإذاعة والتلفزيون الرقمي

تمثل الإذاعة والتلفزيون مع الصحافة المطبوعة، وسائل الاتصال الجماهيرية التقليدية، التي كانت ولا زالت تحظى بشعبية جماهيرية واسعة، وإلى الآن، تشير الدراسات والأبحاث إلى أن التلفزيون



ورغم ما يقال عن انتشار استخدام الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي والهواتف المحمولة، يتصدر الوسائل الاتصالية، نظراً لما يتمتع به من ميزات وخصائص تجعله أسهل وأيسر في الاستخدام والتعرض من الوسائل الإلكترونية الحديثة، ولا يزال الراديو رغم المنافسة الشديدة للتلفزيون، يحظى بنسبة استماع عالية خاصة مع ظهور العديد من التقنيات، ولا سيما الهواتف المحمولة، والتي تسهل سماعه

بشكلٍ أفضل، وقد استفادت الوسيلتان من ظهور الإنترنت،

بالانتقال إلى الشكل الرقمي في البث، فحققتا مستويات أعلى وأفضل في الشكل والمضمون.

في هذه الوحدة سيتم عرض التطورات التي طالت الإذاعة بانتقالها إلى الشكل الرقمي، وما حظيت به من ميزات، وما قدمته للمستمع من خدمات، كما سيتم عرض التلفزيون الرقمي، ميزاته وخصائصه أيضاً، والخدمات الجديدة التي يقدمها للمشاهد.

ثانياً: الإذاعة الرقمية، المفهوم، والنشأة، والتطور

ظهرت الإذاعة الخبرية لأول مرة في عام 1920، عندما بث راديو مدينة ديترويت الأمريكية، أخباراً عن النتائج الأولية للانتخابات الرئاسية في هذه الولاية.

ويخلط الكثيرون بشكلِ عفوي بين استخدام مصطلح الإذاعة والراديو للتدليل على الإذاعة:

- الراديو باللغة العربية، يشير إلى جهاز الإرسال والاستقبال الذي يستقبل البث الإذاعي، وقد استخدم الأمريكان هذا اللفظ للدلالة على الإذاعة لفترة زمنية طويلة، ويعتقد أنها اشتقت من مصطلح الإذاعة، باللغة الفرنسيةRadio Diffusion، وفي اللغة الإنكليزية فالإذاعة تعني الـ Broadcasting.
- الإذاعة أو البث الإذاعي فهي الخدمات الإعلامية المتعددة، التي تعتمد حاسة الصوت فقط في إرسالها للجمهور.

وقد بدأ البث الإذاعي عبر المحطات الأرضية، فكان يعاني الكثير من العيوب في جودة الصوت، وفي وصول الصوت إلى المستمعين في حال تعرضها لمؤثرات طبيعية وبيئية، وقد أمكن التغلب على بعض هذه المصاعب بالبث بالموجات القصيرة أو الطويلة، مما أدى إلى ظهور الإذاعات الدولية، التي شكلت لفترات طويلة وسيلة الجمهور الأساسية، للاطلاع على

الثقافات والاتجاهات السياسية، والفكرية والثقافية الدولية، فتمكن الجمهور من الاستماع إلى محطة الإذاعة البريطانية BBC، وإذاعة Monte Carlo الفرنسية، وصوت أمريكا الأمريكية، إلى أن تم الاستفادة من الأقمار الصناعية، وانتقل البث الإذاعي الأرضي التناظري، إلى البث الفضائي الذي وصل إلى أماكن جغرافية أبعد وبجودة أعلى.

الخصائص العامة للإذاعة الرقمية:

تميزت الإذاعة بمجموعة من الخصائص، جعلتها لفترة طويلة إحدى وسائل الاتصال الجماهيرية، التي يستخدمها الملايين في أنحاء العالم، وهذه الخصائص هي:



- السهولة في الاستخدام، والانتشار الواسع، والقدرة على الاستماع باستخدام العديد من الأجهزة، كالراديو، والراديو كاسيت، والإنترنت، وآخرها الهواتف المحمولة.
- القدرة على البث الفوري والمباشر.
- الاستخدام من قبل كافة شرائح المجتمع على اختلاف مستوياتها الثقافية والتعليمية.
- انخفاض تكلفة الإنتاج والترخيص.
- عدم الحاجة للتركيز العالي، فالإذاعة يمكن أن تكون خلفيةً لكثيرٍ من النشاطات التي يمكن أن يمارسها الإنسان، كالأكل، والمكالمات الهاتفية، والمطالعة، وغيرها من النشاطات.
- قدرته على تنشيط الخيال بشكلٍ كبيرٍ، بسبب الاعتماد على حاسة السمع فقط.
- سهولة التسجيل والاحتفاظ بالمواد الإذاعية، لتوفر أدوات التسجيل والحفظ، كأجهزة الكاسيت، وشرائط الكاسيت.

وتشكل الإذاعة الرقمية، والبث عبر الإنترنت، آخر التطورات التي طالت الإذاعة، وهي الخدمة التي تختلف عن نشر بعض المقاطع والمؤثرات الصوتية في المواقع الإلكترونية، إذ يمكن في الوقت الحاضر سماع العديد من محطات الراديو التقليدية، تبث على شبكة الإنترنت، كما يمكن

سماع العديد من المحطات المتخصصة بالأخبار والموسيقى، والتي ظهرت مباشرة على الإنترنت.

ثالثاً: خصائص الإذاعة الرقمية

تعتمد الإذاعة الرقمية على معيارين عالميين للبث، الأول أمريكي (HRD)، والثاني، أوربي (DAB)، وكلاهما يستفيدان من الموجات الطويلة والقصيرة، وتحويلها إلى موجات رقمية، وتتميز الإذاعة الرقمية، بمجموعة من المميزات التي تضاف إلى مميزات الإذاعة عموماً وتتغلب فيها على عيوب البث الإذاعي التقليدي، وهي:

1. عدم التأثر بالعوامل الجوية والبيئية، التي كانت تعترض البث التقليدي، فالبث الرقمي يصل إلى كافة أنحاء العالم من غير تشويش، ومن غير أن يقوم بالتشويش على المحطات الأخرى.
2. جودة الصوت بشكلٍ كبير، فالبث الرقمي يتميز بنقاء الصوت.
3. انخفاض تكاليف الإنشاء والبث، وعدم الحاجة إلى أذونات أو تراخيص خاصة أو حجز ترددات.
4. القدرة على استيعاب التردد لعدة برامج إذاعية، بدلاً من التردد الذي كان يخصص لبرنامج واحد.
5. إمكانية استفادة الأماكن النائية والبعيدة، من خدمات البث الرقمي، وخاصة استخدامه كأداة تعليمية.
6. إمكانية الاستفادة من خدمات الإنترنت الاتصالية، في إجراء التفاعل مع المستمعين بسهولة، وإمكانية حفظ بعض البرامج والمقاطع الإذاعية، أو إرسالها إلى الأصدقاء.

رابعاً: طرق الاستماع إلى الإذاعة الرقمية

يتوفر عبر الإنترنت العديد من البرامج التي تسمح للمستخدم الاستماع إلى الإذاعة الرقمية، ومن هذه البرامج:

- Windows Media Player: وهو برنامج يحوي (مولف) الراديو الخاص به، يسمح للمستخدم بتسجيل ملفات الـ MP3، MP4، ويتميز بسرعة الاستماع المباشر من الإنترنت، وميزة سلسلة الملفات، بحيث يمكن سماع المسار الصوتي المطلوب.



- Real Player: ويتميز هذا البرنامج بسماحه سماع العديد من المحطات الإذاعية عبر الإنترنت، من خلال الضغط على زر Radio Tuner، واختيار المحطة التي يريدها المستخدم، كما يتميز بسهولة حصوله على المحطات الإذاعية ولاسيما العربية منها، عند اختيار البحث باللغة العربية.



- Internet Explorer: ويسمح هذا المتصفح بالاستماع إلى الإذاعة الرقمية من

خلال الـ Media Tool Bar، واختيار المحطة الإذاعية المطلوبة، وضبط مستوى الصوت والتحكم به.



- Win Amp: يسمح هذا البرنامج باختيار المحطة ونوع الموسيقى المراد سماعها،



كما يمكن الانتقال إلى متصفح Internet Explorer، واختيار المحطة الإذاعية المطلوبة والاستماع إليها.

- برامج أخرى: هناك العديد من البرامج والتطبيقات الأخرى التي تساعد على سماع



المحطات الإذاعية عبر الإنترنت، مثل: Win FM، و365 Live، وموقع البحث عن المحطة المناسبة، وهو الموقع المتخصص بالبحث عن المحطات الإذاعية عبر الإنترنت، ويحتوي على روابط لأكثر من عشرة آلاف محطة، بالإضافة إلى العديد من الخيارات التي تسهل عملية البحث عن المحطة المطلوبة.

خامساً: التلفزيون الرقمي: المفهوم، والنشأة، والتطور

نشأة التلفزيون الرقمي:

يشكل التلفزيون الرقمي آخر التطورات التي أصابت التلفزيون، وإن لم تكن الأخيرة، وقد بدأ البث التلفزيوني التقليدي في منتصف الثلاثينات من القرن العشرين، فكان ثورةً على البث الإذاعي الذي



سبقه بالظهور، فقد اعتمد التلفزيون الصوت والصورة والحركة، والمؤثرات الصوتية الموسيقية والطبيعية، وأضاف فيما بعد الألوان التي أعطت للمواد المرئية ميزات إضافية أخرى.

وقد بدأ البث التلفزيون، كما الإذاعة، أرضياً، باستخدام محطات البث الأرضي، ثم انتقل للبث الفضائي، ووصل الآن إلى استخدام النظام الرقمي للبث فقدم العديد من الأشكال والخدمات التلفزيونية الرقمية.

التطورات التقنية للتلفزيون الرقمي:

- **البث التلفزيوني الأرضي:** وقد اعتمد كما سبق ذكره، على محطات البث الأرضية التي كانت تستقبل الإشارات المرئية الكهربائية التناظرية، وتبثها إلى المنازل لاستقبالها، وقد عانى هذا البث، من:
  - عدم وصول الصورة أحياناً.
  - وضعف جودتها في أحيانٍ كثيرة.
  - بالإضافة إلى تأثير العوامل الطبيعية والبشرية التي كانت تمنع وصول هذه الصورة.

- **البث التلفزيوني الفضائي:** أطلقت الأقمار الصناعية إلى الفضاء في أواخر الخمسينات من القرن التاسع عشر (1957)، وقد أمكن الاستفادة منها في مجال الاتصالات، في نقل العديد من البيانات والمعطيات والإشارات، ومنها الإشارات التلفزيونية، وقد أعطى هذا الانتقال للبث التلفزيوني دفعة قوية نحو التطور والانتشار، تمثل في زيادة عدد المحطات التلفزيونية بشكلٍ كبير، ووصول الصورة التلفزيونية إلى أماكن جغرافية أبعد، كما انعكس على جودة الصورة والصوت المقدم بشكل عالٍ.
- **بث نصوص المعلومات المتلفزة:** وذلك من خلال خدمات متعددة، بعضها مجاني كخدمة الـTeletext ، وبعضها مدفوع الأجر كخدمة الـ Videotext، وكلا الخدمتان استخدمتا في كثير من دول العالم لتقديم خدمات معلوماتية متخصصة وعامة.
- **البث حسب الطلب On Demand:** وهي خدمة متطورة قدمتها كثير من الدول أيضاً، ويتم من خلالها تحكم المشاهد باختيار البرامج والأفلام والمواد التلفزيونية التي يريدها، وقد جاءت هذه الخدمة للتخلص من الخدمات التلفزيونية التي تحمل كماً كبيراً من الإعلانات.
- **البث عبر السواتل أو الأسلاك Cable TV:** وهي خدمة متطورة أيضاً مازالت موجودة في العديد من دول العالم، وفيها يتم ربط أجهزة التلفزيون المنزلية بكوابل مع المؤسسة التي تبث هذه الخدمة، وتقدم البرامج والمواد التلفزيونية المطلوبة، وقد أمكن من خلالها التغلب على العوائق الطبيعية التي كانت تعترض وصول الإشارة التلفزيونية، وخاصة في الأماكن البعيدة والنائية، كما حققت للمشاهد حرية الاختيار بين أنواع المحطات والقنوات التلفزيونية التي يريد مشاهدتها.
- **تحسين مستوى الصورة والصوت:** من خلال الوصول إلى التلفزيون عالي الدقة HDTV، والذي ارتبط بالنظم الرقمية، واعتمد على:
    - زيادة عدد خطوط الشاشة، وبالتالي زيادة وضوحها ودقتها Resolution.

- نظام الصوت المستخدم في دور السينما آنذاك Dolby Surround Sound.

- **التلفزيون الرقمي DTV: Digital TV:** والذي أضاف إلى إمكانيات وخصائص التلفزيون عالي الدقة، زيادة في تفاصيل الصورة المقدمة من خلال تقسيمها إلى نقاط Pixels، بشكلٍ يقترب من صورة الواقع تقريباً ويفوقها إثارةً، وقد هدف هذا التلفزيون إلى تقديم صورة وصوت أفضل باستخدام الإشارات الرقمية، وخدمات جديدة مثل البث المتعدد على قناة واحدة Multicasting، وبث المعلومات عبر قنوات مخصصة للمعلومات Data casting، مع إمكانية استقبالها مجاناً، ويمكن تلخيص ميزاته بـ:

1- حدة الوضوح في الصوت والصورة، تصل إلى خمس مرات وضوح التلفزيون العادي.
2- جودة في الصورة تقترب من صورة السينما، وتمنع الخيالات وصورة الثلوج المتساقطة Face of Fizzy.
3- البث البرامجي المتعدد والمتزامن في نفس الوقت.
4- سعة البث، وإمكانية تخزين المواد البرامجية التلفزيونية وغير التلفزيونية.
5- المساعدة على إجراء التفاعلية Interactivity بشكلٍ كبير.

مفهوم التلفزيون الرقمي:

يمكن تعريف التلفزيون الرقمي التفاعلي بأنه التلفزيون القائم على إرسال واستقبال مواد الفيديو الرقمية، مع القدرة على الحفظ والإرسال والمعالجة الرقمية لهذه المواد، وتوفير إمكانية التفاعل معها، ومع القائم بالاتصال، لاختيار اللقطات والمواد والبرامج المطلوبة.



وقد ظهر التلفزيون التفاعلي من خلال قيام شركتي Open TV، وEuronext، المتخصصتان في الخدمات التلفزيونية، بتزويد المشاهدين في كثير من دول العالم، بفرصة التفاعل مع الشركة المزودة، واختيار زوايا الكاميرات التي يريدون المشاهدة من خلالها، وكان ذلك بالتطبيق على مباريات كأس العالم لكرة القدم، ومباريات التنس.

سادساً: مكونات التلفزيون الرقمي التفاعلي

ظهر التلفزيون الرقمي في محاولة لسد النقص في حجم التفاعل مع التلفزيون التقليدي، بحيث تتحول المشاهدة إلى فعلٍ أكثر نشاطاً وإيجابيةً، وبحيث يصبح للمتلقي قدرةً أكبر على المشاركة في هذا المحتوى, كما جاء هذا النمط من الخدمات، ليحرر المشاهد من قيود المشاهدة المتزامنة التي تفرض عليه زمن عرض البرنامج الذي يريده.

وتقوم فكرة التلفزيون التفاعلي على تحويل الإشارات الكهربائية المبثوثة من محطة الإرسال، إلى الصيغة الرقمية، وضغطها وإرسالها إلى التلفزيون الرقمي في المنازل، ويقوم هذا الجهاز الذي يتكون من مكونات خاصة، تشبه إلى حدٍ كبير معالج الكمبيوتر، باستقبال هذه الإشارات وفكها والتعرض لها، ويمكن تفصيل مكونات جهاز التلفزيون التفاعلي في قسمين على الشكل التالي:

- **الجزء الموجود في المنزل:**

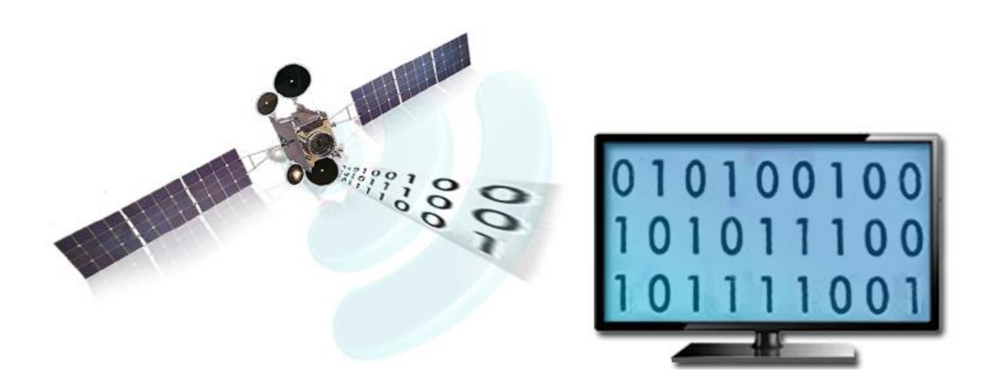
1- **الوحدات الملحقة بالشاشة التلفزيونية:** والتي تضم وحدات الاستقبال والترميز والمعالجة، وتشبه معالج الكمبيوتر، ويطلق عليها الجهاز العلوي أو الفوقي Set Top Box، ويمكن لهذا الجزء أن يأتي منفصلاً عن الشاشة، موصولاً بها بواسطة أسلاك، أو أن يأتي مدمجاً مع الشاشة نفسها.

ويضم هذا الجزء برامج متنوعة تمكن المشاهد من استقبال الخدمة، والتحكم بها، كبرامج الإدارة والتحكم بهذا الجزء، وبرامج التفاعل المتبادلة مع قاعدة البيانات، وبرامج البحث عن القنوات، والبحث عن المواد والبرامج التلفزيونية المختلفة، وبرامج تشغيل الإنترنت عبر التلفزيون.

2- **الشاشة، أو الجزء التلفزيوني العادي:** والذي يشمل الشاشة مع المكثفات والسماعات، وتتلقى هذه الشاشة الإرسال من الجزء العلوي حسب رغبة المشاهد، كما تعمل كشاشة للجزء الكمبيوتري من هذا الجهاز، حيث تعرض عليها واجهة البرامج والتطبيقات التي ترى على شاشة الكمبيوتر العادي.

3- **جهاز تحكم Remote Control:** يتمتع بقدرات أكبر من الجهاز العادي تمنحه القدرة على اختيار البرامج والمواد التلفزيونية، من خلال القوائم المنسدلة على الشاشة، واختيارها بضغط زر موافق.

- **الجزء الموجود في محطة الإرسال:** وهو الجزء الذي يرسل للتلفزيون التفاعلي الإشارات والبيانات الرقمية، لذلك فهو يعمل بنظام البث الرقمي، من استديوهاتٍ مجهزة بكافة التجهيزات التي تعمل رقمياً.



كما يضم هذا الجزء قاعدة بيانات رقمية أيضاً، تقدم المواد والبرامج التلفزيونية، وحاسب Server، يعمل صلة وصل بين قاعدة البيانات والمشاهدين في المنازل.

سابعاً: خصائص التلفزيون التفاعلي

1- جودة الصوت والصورة، والوضوح والنقاء بشكلٍ يماثل الواقع.

2- توفير بدائل مختلفة من البرامج والأفلام والمواد التلفزيونية، التي تلبي اهتمامات المستخدم ومتطلباته.



3- تحكم المستخدم فيما يشاهده، وفي المكان والزمان الذي يناسبه.

4- مشاركة المستخدم في العرض والتقديم، من خلال التفاعل مع المحتوى ومع القائم بالاتصال.

5- تلبية طلبات المشاهدين للمواد التلفزيونية المطلوبة، من خلال رصد طلباتهم وحاجاتهم منها.

6- رصد خصائص وسمات جمهور المستخدمين لهذه الخدمة، من خلال الآراء والمداخلات والطلبات التي يقدمونها.

7- اتصاف المنتج المقدم عبر هذه الخدمة بالتفاعلية في العرض والتقديم، بحيث تمكن المستخدم من إجراء هذا التفاعل.

8- توفير أدوات التواصل والتفاعل بين القائم بالاتصال والمستخدمين، كالرسائل القصيرة والبريد الإلكتروني.

9- إمكانية حفظ وتخزين المواد التلفزيونية، وإعادة مشاهدتها في أوقاتٍ أخرى.

10- تحقيق البعد الإنساني والاجتماعي في هذا النمط من الخدمات، لأنه في النهاية يسعى لتحقيق حاجات ومتطلبات المستخدمين التلفزيونية وغير التلفزيونية.

ثامناً: الخدمات التي يقدمها التلفزيون التفاعلي

استطاع التلفزيون التفاعلي بفضل الخصائص السابقة الذكر، أن يقوم بالعديد من الوظائف، ويقدم العديد من الخدمات المتطورة، التي قدمها التلفزيون التقليدي سابقاً والإنترنت بكل تطبيقاتها وخدماتها، ويمكن تعداد بعض هذه الخدمات فيما يلي:

1- **الفيديو عند الطلب:** وتتيح هذه الخدمة طلب المواد والبرامج والأفلام، من الخادم Server، وإتاحتها للمشاهد.

2- **التلفزيون التجاري:** ويمكن من خلال هذه الخدمة إجراء عمليات البيع والشراء، وتفحص المنتجات، والحصول على معلوماتٍ وافية عنها ثم طلبها وشراءها.

3- **خدمة الإعلانات:** وهي الخدمة التي يمكن تأديتها بشكلٍ فعالٍ في التلفزيون التفاعلي، والتي تمكن المستخدم من التعرف على السلعة قبل شراءها بشكلٍ وافٍ.

4- **خدمة دليل البرامج الإلكتروني:** وهي الخدمة التي تمكن المستخدم من اختيار البرامج المطلوبة، وإمكانية الدفع أحياناً لقاء مشاهدة بعض البرامج الخاصة.

5- **خدمة المباريات الرياضية وتعدد زوايا التصوير:** وهي الخدمة التي انطلقت منها فكرة التلفزيون التفاعلي، إذ مكنت هذه الخدمة متابعي المباريات الرياضية من اختيار زوايا اللقطات، والشخصيات الرياضية المفضلة، والتركيز عليها ومتابعتها، كما حصل مع بطولة ويمبلدون للتنس عام 2001، عندما أذاعت محطة الـ BBC البريطانية، لقطات من خمس مباريات مختلفة، وكان باستطاعة المشاهد التنقل بينها واختيار المباراة التي يريدها، أو كما فعلت محطةSky Sport، في عام 2000، عندما أتاحت لجمهور رياضة كرة القدم، المشاهدة الفورية لإحدى اللقطات أو مشاهدة الهدف بإعادته من زوايا متعددة، أو متابعة لاعب بعينه من خلال كاميرة اللاعبين.

6- **خدمة ألعاب الكمبيوتر:** وهي واحدة من الخدمات الممتعة التي يقدمها التلفزيون التفاعلي، من خلال العديد من الألعاب، ولاسيما الرياضية.

7- **خدمة الدردشة:** وهي خدمة تقدمها الشركات المزودة بهذه الخدمة، وتتيح للمشتركين التعرف على بعضهم من خلال عرض المعلومات الشخصية المتعلقة بهم، والقيام بالتحاور والدردشة مع بعضهم.

8- **مناقشة الواجبات المدرسية:** فهناك العديد من المدارس في الدول المتطورة، تقدم خدمة مناقشة الواجبات المنزلية للآباء والأمهات والطلاب.

9- **المساعدة في رصد المخالفات:** تلك المخالفات التي ترتكب في حق الملكية الفكرية لمواد الفيديو والمعلومات المختلفة.

الخلاصة

من أهم ميزات الإنترنت أنها استطاعت أن تأخذ من وسائل الاتصال الجماهيرية، أسلوبها في العرض، النصي، أو الصوتي، أو المرئي، وأن تجمع فيها كل الوسائل التقليدية، ويصبح للمستخدم منفذاً آخراً للاطلاع عليها، وهو الإنترنت، وقد أكسبت الإنترنت بث هذه الوسائل بالصيغة الرقمية، فظهرت الإذاعة الرقمية، والتلفزيون الرقمي، بثوبٍ جديد ومميزات إضافية، تضاف لهذه الوسائل، وتعطيها القدرة على رفع مستوى خدماتها، وتحسين أدائها، ورفع جودة الشكل الذي تقدم به.

وقد تمكنت الإذاعة الرقمية من خلال ظهورها عبر الإنترنت، من اكتساب خصائصها وسماتها المتطورة فتمكنت من الوصول إلى أماكن أبعد، وحسنت بشكلٍ كبير جودة الصوت، وأصبح بالإمكان إنشاء هذه المحطات، بشكلٍ أيسر وأسرع، واكتسبت ميزة التفاعلية، واستفادت من العديد من البرامج التي صممت لإنشاء وخلق واستخدام هذه المحطات الإذاعية الرقمية بيسر وسهولة.

أما التلفزيون الرقمي فقد كان التطور الأبرز من مراحل تطور التلفزيون عموماً، فقد مر التلفزيون بعدة محطات تحول فيها البث التلفزيوني من البث عبر المحطات الأرضية بشكلٍ تناظري، إلى البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية، والبث عالي القدرة HDTV: High Definition، وقد منحت هذه التطورات، التلفزيون زيادة في الانتشار، وقدرةً على الوصول إلى أماكن أبعد، وجودة في الصورة والشكل عالية ساعده في ذلك ظهور أشكالٍ أخرى من الخدمات التلفزيونية، كالتلفزيون السلكي Cable TV، والتلفزيون حسب الطلب TV On Demand، وأخيراً التلفزيون الرقمي التفاعلي كما تجرى التجارب على التلفزيون عبر الهواتف المحمولة.

التمارين

اختر الإجابة الصحيحة:

تتميز الإذاعة الرقمية بالبث الفوري والآني للأحداث، والأخبار.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

من أهم خصائص الإذاعة الرقمية جودة الصوت والصورة المقدمة وشدة وضوحهما.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

ليس التلفزيون الرقمي إلا خطوة في مسيرة تطور التلفزيون التقليدي، لكنه ليس التطور الأخير.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

من أهم خدمات التلفزيون الرقمي، إجراء عمليات البيع والشراء، والإعلان عن المنتجات والسلع.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

يقصد بخدمة رصد المخالفات، والتي يقوم بها التلفزيون التفاعلي، رصد المخالفات المرورية، ومخالفات وسائل المواصلات.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

يقدم التلفزيون التفاعلي، لمستخدميه خدمة طلب مواد الفيديو، ودفع ثمن بعضها أحياناً.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

ظهرت الإذاعة الخبرية، لأول مرة في ولاية ديترويت الأمريكية، عام 1921.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

من الخصائص المهمة التي تحملها الإذاعة الرقمية، التفاعل بين المستمع والقائم بالاتصال.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

ظهرت فكرة التلفزيون التفاعلي من خلال اختيار اللقطات الرياضية، أو التركيز على أحد اللاعبين المفضلين.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: B. صح

1- اختر الإجابة الصحيحة:

خدمة التلفزيون التفاعلي، كما الإذاعة الرقمية، يتم بثها من خلال الإنترنت.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

2- اختر الإجابة الصحيحة:

موقع الـ YouTube، هو إحدى صور التلفزيون التفاعلي المقدم عبر الإنترنت.

A. خطأ

B. صح

الإجابة الصحيحة: A. خطأ

المراجع

1- شفيق، حسنين، (2010)، الإعلام الجديد، الإعلام البديل، تكنولوجيات جديدة في عصر ما بعد التفاعلية، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

2- شفيق، حسنين، (2010)، الوسائط المتعددة في المجال الإعلامي والإنترنت، (ط.1)، القاهرة، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع.

3- أبو عيشة، فيصل، (2010)، الإعلام الإلكتروني، (ط.1)، الأردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.

4- عبد الحميد، محمد (2009)، المدونات، الإعلام البديل، القاهرة، عالم الكتب.

5- خالد إبراهيم، يسري(2010)، التلفزيون التفاعلي والتلفزيون الرقمي، تقنيات عملية الاتصال وتطورها، دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد: 9-10، حزيران، أيلول، العراق.

6- فاضل التركي، مستقبل التلفزيون، إعادة حسابتنا مع التلفزيون، متاح على: http://qafilah.com، تاريخ التصفح: 2015/2/20.

7- بن إبراهيم الأحمد، مالك، التلفاز التفاعلي، ثورة تقنية ومعلوماتية، متاح على: http://Faculty.ksu.edu.sa/malik/documents، تاريخ التصفح: 2015/2/20.

8- أبو العينين، تامر، الراديو عبر الإنترنت، متاح على: http://www.swissinfo.ch/ara، تاريخ التصفح 2015/2/20.

9- http://www.which.co.uk/technology/audio/reviews/digital- radios/page/features-explained, retrieved at:20/2/2015.

10- http://www.rica.org.uk/content/features-digital-radio,retrieved at:20/2/2015.